

## **Marketing mesterszak**

### **Záróvizsga témakörök**

- A nem hagyományos piackutatási módszerek és az általuk nyerhető információforrások.
- Az érzelem-felismerésre és elemzésre alkalmas kutatási eszközök és azok alkalmazási lehetőségei.
- A kulturális hatások, a társadalmi osztály és rétegződés. Referenciacsoportok és a véleményvezérek (influenzerek) szerepe napjainkban. Kulturális értékek és normák, az értékek típusai. Fenntarthatóság, mint új érték. Az életstílus és a fogyasztói magatartás kapcsolata.
- Motivumok, motivációk szerepe a fogyasztói magatartásban, motivációs elméletek. A személyiség jellemzői. Személyiségelméletek (Freud, Jung, énkép-elmélet) és ezek jelentősége a marketingben. A márkaszemélyiség lényege és üzenete, megalkotása, dimenziói.
- A Termékstratégia Fa elemei és azok alkalmazása az új termék tervezése során.
- A Means-end lánc elmélet, a Repertory grid módszer és a Létrázás módszer alkalmazása a terméktervezésben.
- A marketingkommunikációs mix elemei, csoportosításuk és egymást erősítő hatásuk bemutatása.
- Az online marketingkommunikációs lehetőségek bemutatása és ezek szerepe a 360 fokos marketingkommunikációban.
- A vállalat külső környezetének szintjei, a külső környezet elemzésének folyamata, az elemzés módszerei.
- A vállalat belső környezetének elemei, a vállalati erőforrások kategóriái, portfólió elemzési módszerek.
- Marketinglogisztika: a marketing és a logisztika viszonya, összefüggései, elvárások a marketinglogisztikával szemben. A disztribúció helye az értéklánc folyamatában (Porter-féle értéklánc) és az ellátási láncban.
- Nemzetközi piacszegmentáció, célpiacképzés és pozicionálás.
- Az élelmiszer-vásárlói és -fogyasztói magatartás jellemzői, élelmiszervásárlói-magatartás modellek, a fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők.
- Az egészséges és fenntartható táplálkozás fogalma és fogyasztói aspektusai.
- Az online marketing sajátosságai és eszközei az élelmiszergazdaságban.

Dr. Szakály Zoltán  
szakvezető