

SZIGORLATI TÉTELSOR**Kereskedem és marketing alap szak****2016/17. tanév**

1. Mit jelent, és hogyan jelenik meg az AIDA modell? Mutassa be a marketingkommunikációs mix elemeit! Ismertesse, milyen esetekben célszerű egyes elemek differenciált használata!
2. Definiálja a piacot és a piac méretének meghatározó mutatóit! Jellemezze a különböző piactípusokat! Mutassa be a különböző piacszerkezetek és a marketing eszközök közötti összefüggéseket!
3. Mutassa be a 4P, és a 4C-marketing koncepciót, valamint ezek kapcsolódását a vevőelégedettséghez!
4. Mutassa be az STP marketing stratégiát (szegmentálás, kiválasztás, pozicionálás) és kritériumait!
5. Mutassa be a vállalat versenykörnyezetét a Porter-modell felhasználásával! Térjen ki a verseny gazdaságszervező szerepének jellemzésére, valamint az állam szerepére a versenyszabályozásban!
6. Mutassa be a primer információ szerzést, írja le mikor alkalmazná? Milyen skálátípusokat ismer? Milyen kérdéstípusokat ismer?
7. Milyen adatelemzési módszereket ismer! Hogyan elemezné kvalitatív és kvantitatív eredményeket! Mutassa be a szekunder információ szerzést, írja le mikor alkalmazná?
8. Mutassa be a kutatási tervet! Milyen szakaszokból áll? Mutassa be a mintaválasztási módszereket!
9. Mutassa be a logisztikai szolgáltató központok szerepét! Ismertesse a vállalkozások logisztikai folyamatainak kiszervezésének jelentőségét és menetét!
10. Mutassa be az ellátási lánc kialakításának és működtetésének sajátosságait! Mutassa be az értékesítési utak és az értékláncok kapcsolatát!
11. Mutassa be a vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) sajátosságait! (Kotler holisztikus marketing modellje alapján) Ismertesse a szolgáltatás marketing fő sajátosságait, különös tekintettel a 7P-modellre és a HIPI-elvre!

12. Mutassa be és jellemezze a termékek életgörbéjét! Ismertesse a meghatározó marketingfeladatokat az életgörbe egyes szakaszaiban, valamint azt, hogy milyen módon nyújtható el a termékek életgörbéje! Vázolja fel a termék-életciklus és a fogyasztói magatartás összefüggéseit!
13. Mutassa be és vázolja a BCG mátrix szereplőit, és a lehetséges piaci helyzetét, pozícióit!
14. Ismertesse a PR jelentőségét napjaink marketingkommunikációs gyakorlatában! Mutassa be a marketing alkalmazhatóságát a nem üzleti szférában (sport, vallás, politika, stb.)!
15. Mutassa be a kereskedelmi piac nemzetközi és hazai trendjeit! Ismertesse, milyen eltérések vannak a B2C és a B2B piacok között a vevők és eladók szempontjából!
16. Ismertesse az információs és kommunikációs technológia fejlődésének hatását a piacra, a fogyasztókra, a vásárlási helyzetekre, a fogyasztók megismerésére! Hogyan működnek az új kommunikációs stratégiák, ATL és BTL eszközök, technikák az online környezetben
17. Mutassa be a termék-innováció lépéseit: márkakiterjesztés, márkafejlesztés és pozicionálás összefüggéseit! Mi a szerepe a kereskedelmi márkáknak a 21. század marketingjében
18. Mutassa be a kereskedelmi vállalkozások gazdálkodásának és vezetésének legfontosabb elvi és gyakorlati szempontjait!
19. Mutassa be az árpolitika szerepét a marketingben és a kereskedelemben, és az árrés-gazdálkodás legfontosabb kérdéseit!
20. Mutassa be a kutatások alaptípusait! Milyen problémát, milyen kutatással tárna fel? Miért, milyen esetben alkalmazná a kvantitatív kutatásokat?

Tatabánya, 2017. március 20.