EDUTUS EGYETEM

ZÁRÓVIZSGA TÉTELEK

KERESKEDELEM ÉS MARKETING SZAK
HALLGATÓI SZÁMÁRA

E-kereskedelem specializáció

(BSc rendszerű képzés hallgatói részére)

GAZDÁLKODÁSTUDOMÁNYI TANSZÉK

KOMPLEX ZÁRÓVIZSGA KÉRDÉSEK
E-kereskedelem specializáció

1. Mutassa be és elemezze az információ komplex marketing szakmai és tudományos felértékelődését napjaink és a jövő piaci környezetében!

2. Milyen hatása van az információs és kommunikációs technológia fejlődésének a piacra, a fogyasztókra, a vásárlási helyzetekre és a vállalati stratégia kialakítására?

3. Az információs társadalom kínálta új eszközök milyen lehetőséget nyújtanak egy kereskedelmi vállalatnak a fogyasztói tulajdonságok megismerésére?

4. Mit jelent a kereskedelmi menedzser számára a rendszerszemléletű gondolkodás: Mit jelent az, hogy a rendszerszemlélet „szintetizált módszer”?

5. Mit jelent az integrált vállalatirányítási információs rendszer? Miért van szükség integrált vállalatirányítási rendszerekre az új típusú gazdaságban, melyek a legfontosabb jellemzői?

6. Adjon példákat arra, hogy a hálózati gazdaság megváltoztatja a teret, az időt; a piacot (a versenyt, az együttműködést); az életmódot, a kultúrát, a társadalmat és a jogszabályokat!

7. Milyen célt szolgálnak az egyes üzleti információs rendszerek típusai, és milyen vállalati szintekhez kapcsolódnak jellemzően?

8. Ismertesse az információs- és kommunikációs technológiai forradalom, az e-business jelentőségét, sajátosságait, értékteremtő szerepét! Mutassa be a hazai e-business kultúra fejlődését!

9. Milyen jellemzői vannak a „tudásalapú rendszereknek”? Hol van ezeknek szerepük? Miként hasznosíthatja ezt a marketing?

10. Vázolja fel és elemezze egy konkrét példa segítségével az ellátási lánc szervezés és az e-teljesítés megvalósítását!

11. Mutassa be egy e-kereskedelmi üzlet elindításának legfontosabb kérdéseit (üzleti terv, a honlap elemei, fizetési módok, ismertté tétel és kommunikáció)!

12. Ismertesse a fogyasztói szokások alakulását az elektronikus kereskedelemben (eltérés az online/offline vásárlói magatartásban)!

13. Hogyan változik az offline kereskedelem az online üzletek megjelenésével (hibrid üzleti modellek)?

14. Melyek az e-business stratégia kontextusának alapjai? Mi a hálózati gazdaság infrastruktúrája? Melyek a hálózati lehetőségek a stratégiai és az üzleti tervezésben és a marketingben?

15. Melyek az integrált vonalkódos cikkelemes kereskedelmi informatikai rendszerek működésének legfontosabb jellemzői egy hálózattal és központi áruforgalmi irányító rendszerrel is rendelkező üzletlánc esetében?

16. Miként változott meg az üzleti terv, illetve ennek kialakítása az e-környezetben? Milyen trendek érvényesülnek a jövőben?

17. Milyen módon bizonyosodhat meg egy online vásárló arról, hogy egy weboldal biztonságos? Milyen támadásoktól kell védeni az információt a virtuális térben?

18. Melyek az online marketingkommunikáció legfontosabb jellemzői? Melyek az online médiatervezés és vásárlás sajátosságai?

19. Elemezze az adatbázis-menedzsment szerepét, jelentőségét az integrált vállalatirányítási információs rendszerek CRM moduljainak a segítségével!

20. Magyarázza el, hogy az e-kormányzat és a hálózati alapú technológiák felhasználása a kommunikáció és a közszolgáltatás terén hogyan tölti be a tanácsadó, szolgáltató és együttműködő állam szerepét? Mit jelent ennek valós önkormányzatiságra épülése?