



## Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés

### Záróvizsga

#### Komplex kérdések

1. **A fogyasztói piac jellemzői** (vásárlási folyamat, vásárlási magatartás, a fogyasztás és vásárlás kategóriái: funkcionális, emocionális, önkifejező, önmegnyugtató; vásárlás: feladat, élmény stb.)
2. **A fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők** (észlelés és észlelési térkép, személyiség, értékek, attitűd, memória)
3. **A szervezeti piac jellemzői** (piac szereplői, sajátosságai, beszerzési folyamat, beszerzési magatartás)
4. **Piackutatás, marketing döntéstámogató rendszer** (marketing információs rendszer és döntéstámogató rendszer különbségei; primer és szekunder kutatás célja és különbségei, kvalitatív, kvantitatív módszerek, mintavétel lényege)
5. **Piacszegmentálás és marketingstratégia** (szegmentálás a fogyasztói és szervezeti piacon, célpiac-választás, pozicionálás, SWOT-elemzés, a marketingstratégia kialakítása)
6. **Termékpolitika** (termékéletgörbe szakaszai, kutatás-fejlesztés kérdései, márkázás, Rogers görbe, penetráció)
7. **Árpolitika** (árképzési típusok, tapasztalati függvény, árrugalmasságok)
8. **Szolgáltatások sajátosságai, szolgáltatás-marketing** (szolgáltatások jellemzői, szerverek száma és költsége, back-office és front-office szerepe, várakozási és sorban állási idő kezelése)
9. **A főbb kereskedelmi formák** (értékesítési csatornát meghatározó tényezők; nagykereskedelmi és kiskereskedelmi formák típusai, jellemzői, többcsatornás kereskedelem)
10. **Kooperáció a kereskedelemben** (kiskereskedelmi kooperációs formák előnyei a fogyasztó és a kereskedő számára, beszerzési társulás, franchise, bevásárlóközpont)
11. **Kiskereskedelmi választékpolitika és stratégia** (választékterv meghatározása: a termék kategória cikkelemei, kapcsolódó fogalmak: választék szélessége, mélysége,





specifikus elemei: pl. bázis termék, desztinációs termék, alap- és kiegészítő választék...stb.)

12. **Kiskereskedelmi árpolitika** (speciális árképzési formák, mindennap alacsony árak vs. magas-alacsony árak stratégia, veszteségvezető árképzés szerepe, veszélyei)
13. **Kategóriamenedzsment és merchandising összefüggései** (kategóriamenedzsment jellemzői, az irányító szerepe, helyzete, a merchandising jelentősége, a merchandiser feladatai)
14. **Értékesítésösztönzés a kereskedelemben** (kereskedőket és eladószemélyzetet ösztönző push stratégia, fogyasztókat ösztönző pull stratégia elemei, eszközrendszere)
15. **Kiskereskedelmi telephelyválasztás** (telephelyválasztást befolyásoló tényezők és modellek – keresletanalógiás becslés, Huff-index)

