



Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés

Záróvizsga

Marketingkommunikáció kérdések

1. **A szín- és formavilág, termékfunkciók és csomagolás hatása a vásárlási döntésre** (a színek és formák pszichológiai hatása; a színek alkalmazása különböző kulturális környezetekben, használati és esztétikai funkciók; az esztétikai, azaz ipariforma tervezési funkciók érvényesülése a piacon, csomagolás fajtái és szerepe)
2. **Az aktuális és várható fogyasztói trendek** (hazai és nemzetközi kitekintésben, összehasonlításban)
3. **Vállalati arculat és imázs** (arcukat és imázs fogalma, az arculat összetevői, imázs mérése)
4. **A márka fogalma, szerepe, fajtái** (termelői és kereskedelmi márkák, márkaépítés, védjegy, márkahűség típusai)
5. **A reklám szerepe, hatásmechanizmusa** (kommunikációs modellek, az üzenet kódolása és dekódolása, reklám fajtái)
6. **Kampánytervezés** (alapelvei, folyamata, médiatervezés, média mutatószámok, hatékonyságmérés)
7. **Hagyományos ATL eszközök bemutatása** (ATL eszközök csoportjai, jellemzőik összehasonlítása, médium hatékonyság mérőszámai)
8. **BTL eszközök bemutatása** (BTL eszközök csoportjai, jellemzőik bemutatása, hatékonyságuk méréseinek mutatói)
9. **Online marketingkommunikáció eszközei** (csoportosításuk, elterjedtségük, szerepük, hatékonyságuk mérési módszerei)
10. **A közösségi hálózatok** (jellegzetességeik és hatásuk az online fogyasztói magatartásra)
11. **Out/On-store kereskedelmi marketingkommunikáció** (kereskedelmi kommunikáció az üzletportál előtt és a portál kapcsán: a portál és a kirakat elemei, eszközei.)





12. **In-store kereskedelmi kommunikáció** (eladáshelyi kommunikáció az üzletben, POS/POP eszközök).
13. **Polctükör tervezés** (space menedzsment, visual merchandising – termékkihelyezési stratégia és kommunikáció)
14. **Bolti atmoszféra, mint marketingkommunikációs eszköz** (árubemutatói koncepciók, bolti berendezések, érzékszervi marketing a kereskedelemben – elsősorban a színek, illatok, hanghatások, ízlelés, kipróbálás szerepe.)
15. **Kiskereskedelmi szolgáltatások, minőségmérés** (fogyasztóknak nyújtott szolgáltatások szerepe a marketingstratégiában; a kiskereskedelmi szolgáltatások köre, csoportjai)

