
Képzés: *Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés*
Tételsor: *Komplex szakmai*

1. A fogyasztói piac és magatartás jellemzői: A vásárlási folyamat, vásárlási magatartás, a fogyasztás és vásárlás kategóriái: funkcionális, emocionális, önkifejező, önmegnyugtató; vásárlás: feladat, élmény stb.
2. A szervezeti piac és magatartás jellemzői: A piac szereplői, sajátosságai, beszerzési folyamat, beszerzési magatartás.
3. Piackutatás, marketing döntéstámogató rendszer: A marketing információs rendszer és döntéstámogató rendszer különbségei; primer és szekunder kutatás célja és különbségei, kvalitatív, kvantitatív módszerek, mintavétel lényege.
4. Piacszegmentálás és marketingstratégia: Szegmentálás a fogyasztói és szervezeti piacon, célpiac-választás, pozicionálás, SWOT-elemzés, a marketingstratégia kialakítása.
5. Termékpolitika: Termékéletgörbe szakaszai, kutatás-fejlesztés kérdései, márkázás, Rogers görbe, penetráció.
6. Árpolitika: Árképzési típusok, tapasztalati függvény, árrugalmasságok; árrés, haszonkulcs, fogyasztói ár elemei.
7. Szolgáltatások sajátosságai, szolgáltatás-marketing: A szolgáltatások jellemzői, szerverek száma és költsége, back-office és front-office szerepe, várakozási és sorban állási idő kezelése.
8. Márka: A márka fogalma, szerepe, fajtái, termelői és kereskedelmi márkák, márkaépítés, márkahűség típusai.
9. A főbb kereskedelmi formák: Az értékesítési csatornát meghatározó tényezők; nagykereskedelmi és kiskereskedelmi formák típusai, jellemzői, többcsatornás kereskedelem.
10. Kooperáció a kereskedelemben: A kiskereskedelmi kooperációs formák előnyei a fogyasztó és a kereskedő számára, beszerzési társulás, franchise, bevásárlóközpont.
11. Kiskereskedelmi választékpolitika és stratégia: A 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: A kategóriamenedzsment jellemzői, az irányító szerepe, helyzete, a merchandising jelentősége, a merchandiser feladatai.
14. Értékesítésösztönzés a kereskedelemben: A kereskedőket és eladószemélyzetet ösztönző push stratégia, fogyasztókat ösztönző pull stratégia elemei, eszközrendszere.
15. Kiskereskedelmi telephelyválasztás: A telephelyválasztást befolyásoló tényezők és modellek –keresletanalógiás becslés, Huff-index.