



Képzés: *Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés*

Tételsor: *Komplex szakmai*

1. Ismertesse a célpiaci marketing lényegét, az STP stratégia három lépését röviden!
2. Ismertesse a marketing környezet elemeit, a makro- és mikro környezet közötti különbséget!
3. Ismertesse a termék fogalmát, termék-mix és a termékvonal fogalmát és a termék-mixhez tartozó döntéseket (termékvonal bővítése lefelé, felfelé, kétirányba, a termék-mix szélessége, hosszúsága) és a klasszikus termékéletgörbe szakaszait!
4. Ismertesse az értékesítési csatorna szereplőit, kis-és nagykereskedők, az értékesítési út hossza és szélessége fogalmakat és azok alternatíváit röviden (pl. exkluzív értékesítés, demigrosz út stb.)!
5. Ismertesse az ár fogalmát, a költség- kereslet és konkurenciaorientált árképzés lényegét, a behatolós és lefölözéses árstratégia lényegét!
6. Ismertesse az adat, információ és marketinginformáció fogalmát, az információkkal szembeni követelményeket! A marketingkutatás legfőbb területeire mondjon példát!
7. Ismertesse a piackutatás módszereit a kutatást végzők, az adatok milyensége és a kutatási probléma szerint! Röviden jellemezze a mennyiségi (kvantitatív) és minőségi (kvalitatív) eljárások közötti különbséget!
8. Ismertesse a szekunder kutatás fogalmát, előnyeit, hátrányait, a szekunder adatok gyűjtésének lehetőségeit!
9. Ismertesse a primer adatszerzés fogalmát, előnyeit és hátrányait és módszereit röviden!
10. Ismertesse a kvalitatív megkérdezés lényegét, módszereit, kutatási segédeszközét!
11. Ismertesse a kvantitatív megkérdezés lényegét, a sztenderdizált kérdőív készítésének lélektani és logikai szabályait röviden!
12. Ismertesse a sztenderdizált kérdőív kapcsán a kérdések típusait azok célja szerint, és a kérdések típusát a kérdés strukturáltsága szerint!
13. Ismertesse a megfigyeléses eljárás előnyeit, hátrányait, és a kísérlet fogalmát, néhány példa említésével!

14. Ismertesse miért és miben fontos a moderátor szerepe a kvalitatív kutatás során, a kutatási vezérfonal (guide) legfontosabb ismérveit, az interjúkészítés szabályait röviden, és mondja el hogyan lehet a kvalitatív eljárások eredményeit feldolgozni és értelmezni!
15. Ismertesse a marketing fogalmát (szűkebb, tágabb és kiterjesztett értelemben) és a piacorientáció szakaszait!