

**Kereskedelem és marketing (kereskedelmi logisztika)**  
**felsőoktatási szakképzés**  
**Záróvizsga „A” tételek**

1. Ismertesse a vállalati tervezés stratégiai szempontjait a döntésekben rövid, közép és hosszú távon, különös tekintettel a marketing-mix elemeinek használatára!
2. Hasonlítsa össze az alapvető piacformákat (versenypiac, monopolpiac, oligopolpiac, monopolisztikus versenypiac)!
3. Ismertesse a marketing stratégiákat a termék életciklus szakaszaiban, valamint a versenypozíciókat a piaci részesedés alapján!
4. Melyek a kommunikálás főbb problémái a marketingben, mi a szerepe a marketingkommunikációnak a marketing-mixben?
5. Milyen folyamatok és jelenségek játszódnak le általában a kommunikációs folyamaton belül? Milyen tényezők befolyásolják a forrás hitelességét és az üzenet elfogadását?
6. Milyen tervezési lépésekből épül fel a promóciós program? Fejtse ki részletesen a költségvetés meghatározási módokat és értékelje őket előnyeik és hátrányaik szerint!
7. Melyek a reklámozás és a reklámok jellemzői, milyen főbb elemei vannak az üzenetnek, ezeket hogyan csoportosíthatjuk?
8. Mutassa be részletesen a marketingkutatás folyamatának szakaszait, ezen belül a kutatási terv részeit! Külön részletezze a kvalitatív és kvantitatív adatfelvételi módszerek közötti különbségeket, csoportosítsa ezek fajtáit! Mutassa be a primer és szekunder információk legfontosabb jellemzőit!
9. Hasonlítsa össze egymással részletesen a megkérdezés fajtáit (a kommunikáció módja szerint)! Mutassa be részletesen a kérdőív készítés lépéseit!
10. Mutassa be részletesen a kérdőívben használt kérdéstípusokat a válaszlehetőség strukturáltsága, a statisztikai feldolgozás nyújtotta lehetőségek és a skálaképzés technikája szerint!
11. A logisztika értelmezése, feladatai, a logisztika felértékelődése, a 7M, a 9M, a logisztikai és a marketingfunkciók kölcsönhatásai, a logisztikai teljes költség-koncepció, logisztikai-célfüggvény, a logisztikai rendszer és folyamat fogalma, PUSH és PULL, integrált logisztikai rendszerek.
12. Korszerű logisztikai rendszerek vállalati alkalmazása; az ellátás korszerű megoldásai (JIT, Kanban termelésirányítás, MRP rendszerek, Cross-Docking, Continuous Replishment, Quick Response, Postponement-késleltetés, Inverz logisztika-zárt láncú gazdálkodás).
13. A készletgazdálkodás vállalati szerepe, módszerei, hatása a vállalat költségeire (a készletek értelmezése, készlet típusok és helyük a vállalati termelés folyamatában, készletezési költségek, készletezési mechanizmusok és modellek, készletek tárolása és raktározása), a készletezés-raktározás menedzsmentje.
14. A vevőkiszolgálás (értelmezése, elemei, szintjei, stratégiája, stratégiai dilemmái (minimum-maximum), teljesítménymutatói). Logisztikai fő folyamatok: szállítás, rakodás, tárolás és géprendszereinek csoportosítása. Logisztikai kiegészítő folyamatok: egységtrakomány képzés, kiszereles, kommissiózás és géprendszereinek csoportosítása, anyagáramlás elemzési módszerek.
15. Számítógéppel Integrált Logisztikai Rendszerek: EDI, POS, EAN, QR code, RFID szerepe és jelentősége a rendelés-feldolgozásban és a készlet-menedzsmentben.

**Kereskedelem és marketing (kereskedelmi logisztika)**  
**felsőoktatási szakképzés**  
**Záróvizsga „B” tételek**

1. Mutassa be a társadalmi osztály szerepét a fogyasztói magatartásban. Melyek a társadalmi osztály mérésének lehetőségei?
2. Mutassa be a csoport szerepét a fogyasztói magatartásban! Mutassa be a csoportok típusait!
3. Ismertesse és mutassa be a személyiség fogalmát, a személyiségtípusokat és a márkaszemélyiséget!
4. Mutassa be a fogyasztói magatartás aktivizáló lélektani tényezőit (emociók, motiváció, attitűd)!
5. Ismertesse a vásárlási döntés folyamatát és a vásárlási döntések típusait!
6. Jellemezze a szállítmányozói típusokat!
7. Mit tud a fuvarozási szerződésről, illetve a fuvarlevélről?
8. Mutassa be az Incoterms 2020 szerkezetét, struktúráját!
9. Szervezeti piacok jellemzői, szegmentációja.
10. Szervezeti piaci termékek csoportosítása, jellemzői, B2B piackutatás.
11. Szervezeti piacok szerződései (elemek, feltételek, teljesítés), üzleti tárgyalások.
12. 4P a szervezeti piacokon.
13. A 4P logisztikai kölcsönhatásai, hatékony kereskedelmi rendszerek (ECR).
14. A csomagolás funkciói, formái, fejlődési irányai.
15. Teljesítménymérési módszerek (előnyök, hátrányok, nézőpontok).

**Gödöllő, 2022**

***Prof Szente Viktória***  
***szakfelelős, egyetemi tanár***