

Kereskedelem és marketing BSc

ELTE TáTK Közgazdaságtudományi Intézet Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszék

A) Közgazdaságtani, módszertani és üzleti ismeretek

- 1) A fogyasztói döntéseket meghatározó tényezők: Fogyasztói kereslet és kínálat összetevői. A piaci egyensúly értelmezése. A piaci árak és a jövedelem (nominál- és reáljövedelem) meghatározó szerepe.
- 2) A vállalati döntéseket befolyásoló tényezők: A termelési költségek és profitok megjelenési formáinak mikroökonómiai értelmezése. A vállalatok piaci magatartási formái és azok magyarázata (profitmaximalizálás, fedezeti pont, veszteségminimalizálás, üzemszüneti pont).
- 3) A makrogazdasági jövedelem és kibocsátás mérésére alkalmazott mutatószámok rendszerének bemutatása. Lehetséges gazdaságpolitikai beavatkozások a makrogazdasági jövedelem emelése érdekében, ennek lehetőségei és korlátai rövid és hosszú távon.
- 4) Makrogazdasági egyensúlyhiányok (munkanélküliség, infláció, költségvetési deficit, külkereskedelmi mérleg problémák) jellemzése, a mérésükre használt mutatószámok ismertetése. A gazdaságpolitika lehetőségei és korlátai az egyensúlyhiányok megszüntetésére.
- 5) Különböző vállalkozási formák: alapításuk, átalakulásuk, megszűnésük, erőforrásaik
- 6) A magyar bankrendszer felépítése, jellemzői. A kereskedelmi bankrendszer feladatai. Aktív, passzív és semleges bankműveletek.
- 7) A pénzügypolitika célja, feladata, területei, különös tekintettel a fiskális és monetáris politikára. A fiskális és monetáris politika eszközei és azok alkalmazása. A jegybank hagyományos és újabb szerepei, feladatai.
- 8) Beruházások bekerülési értéke, értékelése, beruházási döntések. Beruházások értékelésekor követendő alapelvek, döntési problémák. Statikus és dinamikus számítások, speciális döntési helyzetek. Beruházások értékeléséhez használt diszkontráta meghatározása.
- 9) Mutassa be a számviteli beszámoló fogalmát, típusait, részeit és ezeknek összeállítási módszereit, sajátosságait! A könyvvitel lényege, beszámolóval való kapcsolata!
- 10) Ismertesse a mérleg felépítését, főbb sorainak tartalmát, könyvvittel való kapcsolatukat!
- 11) Definiálja a menedzsment fogalmát és a menedzsment funkciók tartalmát! Részletezze az egyes funkciókhoz kapcsolódó résztvevőket is!

- 12) Mutassa be a menedzseri szerepeket és készségeket, valamint a menedzsment szinteket! Jellemezze a tanult szervezeti formákat (lineáris, funkcionális, divízionális, mátrix)!
- 13) A marketing részstratégiái. A 4P részletes bemutatása; célok és összefüggések elemzése.
- 14) Mutasson be egyváltozós és többváltozós statisztikai elemzési módszereket! Melyik módszer milyen mérési skálán alkalmazható?
- 15) Mutassa be a CSR fogalmát, működését, és a hozzá kapcsolódó szakpolitikákat! Mutassa be az SDG-eket! A felelősségvállalás alkalmazása hogyan jelenik meg a vállalkozások működésében (felelős vállalatirányítás / felelős működés / felelős marketing / felelős pénzügyek esetében)?
- 16) A tárgyalástechnika alapvető elméletei: A TELA — Tárgyalási Eredmény Legjobb Alternatívája (BATNA) és a LMZ — Lehetséges Megállapodási Zóna (ZOPA) alkalmazása komplex tárgyalási helyzetekben.
- 17) Mutassa be a humán tőke felértékelődést, a munkaerőpiac működést, sajátosságait, valamint a munkaerő ellátás folyamatát!
- 18) A kereskedelem jelentősége, típusai, helye a nemzetgazdaságban.
- 19) A marketing stratégiák és azok alkalmazása a termék életciklusra vonatkoztatva, (BCG, GE, Shell, ATL, Ansoff)
- 20) Mi a logisztika, mi a logisztika célja, feladata? Mit jelent a logisztikai költségek integrálása? Hogyan lehet kialakítani az optimális logisztikai célfüggvényt? Mutassa be a logisztikai rendszer költségtényezőit!

B) Kereskedelem és marketing szakmai ismeretek

- 1) A kereskedelmi vállalatok árpolitikája, árképzése. A franchise szerepe a kereskedelemben.
- 2) Milyen logisztikai rendszereket ismer? Mutassa be a vállalati logisztikai rendszer részeit illetve az anyag- és információáramlást! Jellemezze a vállalati logisztikai rendszerek irányítási szintjeit!
- 3) Ismertesse a digitális marketing főbb csatornáit és stratégiáit, különös tekintettel a SEO, SEM, közösségi média menedzsment és e-kereskedelem optimalizálására. Térjen ki a konverzióoptimalizálás fontosságára az e-kereskedelemben, valamint a SEO elemzéshez használt Google Analytics szerepére. Mutassa be a digitális marketing etikai és jogi normáit, különös tekintettel a GDPR szabályozásra és a fogyasztói jogokra. Végül ismertesse az eredmények mérésének egyik eszközét.
- 4) A szolgáltatásmarketing sajátosságai és a marketingmix a szolgáltatáspiacon.

- 5) Hogyan épül fel a marketingterv? Mik az egyes részek jellemzői?
- 6) A szolgáltatásmarketing 12 kulcsterületének bemutatása.
- 7) A fogyasztói magatartás korcsoportspecifikus jellemzői. A fogyasztói magatartás jellemzői a gyerekektől az idősekig.
- 8) A felhasználó-központú terméktervezés jellemzői; a termékergonómia. Speciális és mindenki által használható termékek.
- 9) Ismertesse a különbséget az Amerikai Marketing Társaság 1948-as és 2004-es definíciója között! Fejtse ki, van-e Euromarketing? Ismertesse a nemzetközi marketing kontrollálhatósági dimenzióit!
- 10) A marketingkutatás módszertani eszköztára: a primer és szekunder kutatások (előnyei és hátrányai), valamint a kvalitatív és kvantitatív módszerek alkalmazási lehetőségei.
- 11) A marketingkutatás 4.0 megoldásai az online kvalitatív és kvantitatív megkérdezésekben, műszeres és digitális megfigyelések, innovatív adatelemzés.
- 12) Jellemezze a zöld marketinget! Mi a zöld marketing jelentősége? Mi az a greenwashing és hogyan kerülhető el?
- 13) Értelmezze és elemezze, hogy miként viszonyul egymáshoz az országimázs, a desztináció marketing, valamint a lokális turizmus marketing, valamint ismertesse a köztük lévő különbségeket!
- 14) Ismertesse a szisztematikus és heurisztikus folyamatokat az értékesítési technikákkal kapcsolatban. Hogyan viszonyul a kognitív disszonancia jelensége az előbbiekhöz? Ezek hogyan érvényesülnek az "ajtóba tett láb" technikában?
- 15) Melyek a marketingkommunikációs kampány elemei? Mit kell figyelembe vennünk a tervezést megelőzően, és mely tudományágak eredményeit használhatjuk fel a tervezés során?
- 16) Mire kell figyelnünk az optimális médiamix összeállításánál? Milyen főbb jellemzői vannak a kommunikációs eszközöknek és hordozóknak?
- 17) A kereskedelem funkciója. A nagykereskedelmi és kiskereskedelmi üzlettípusok. A többcsatornás kereskedelem.
- 18) Kiskereskedelmi egységek telephelyválasztása. A kiskereskedelmi üzletek kialakításának jellemzői.
- 19) A szellemi tulajdonvédelem kérdései. Fogyasztói jogok.
- 20) A terméktervezés és a környezettudatosság összefüggései. Környezettudatos termékek. A tervezett termék-elavulás.