**MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (MBA) MESTERKÉPZÉSI SZAK**

**MARKETING SZAKMAI MODUL**

**„A” témakörlista**

1. Vállalati stratégia és marketingstratégia (szegmentálás, targetálás, pozícionálás)
2. Marketing információs rendszer, környezeti tényezők és marketingkutatás (mikro-, makrokörnyezet tényezői, primer és szekunder adatok, kvantitatív és kvalitatív kutatások összehasonlítása)
3. Marketing mix elemek (termék-, értékesítési-, árazási- és promóciós stratégiák)
4. A vásárlói döntések típusai és jellegzetességeik (feldolgozási típus szerint és marketing gyakorlat (tudatosság) szerint, marketing alkalmazásaik).
5. A vásárlói döntéseket befolyásoló fontosabb tényezők (percepció, attitűd, tanulás, motiváció, csoporthatás).
6. Kommunikációs akciók/projektek tervezésének és végrehajtásának lépései és azok tartalma (kommunikációs célok, kutatások, csatornák, költségvetés, médiamix, eredmények mérése).

**„B” témakörlista**

1. Marketingkutatási alkalmazások: elégedettség kutatások (egységes mutatószám, index; az ügyfelek tipológiája, szegmentációja; az elégedettséget / lojalitást befolyásoló tényezők elemzése; versenytársakkal való összehasonlítás)
2. Marketingkutatási alkalmazások: termék- és márkakutatások (használat és attitűd kutatás, márkaimázs, márkaasszociációk, márkaszemélyiség kutatása)
3. Marketingkutatási alkalmazások: terméktulajdonságok és preferenciák (pl. Means end chain módszer, Self explicated módszer, Conjoint analízis)
4. A szervezetközi piac szereplői és a szervezetközi piac néhány jellemzője (a technológia szerepe, származtatott kereslet, együttes kereslet, piaci koncentráció).
5. Az üzleti kapcsolatok (interakciós modell, az üzleti kapcsolat dimenziói, az üzleti kapcsolat szerepe).
6. Az üzleti kapcsolatok menedzsmentje (szervezési teendők, kapcsolati portfólió menedzsment).