



Záróvizsga témakörök a 2024/2025 tanévben záróvizsgázók számára¹

Kereskedelem és marketing alapszak:

1.1. Folyamat- és minőségmenedzsment

1. Vevők és elvárások:
 - a. Vevőközpontúság helye a TQM modellben
 - b. Vevői elvárások szintjei, Kano modell
 - c. Vevői elvárások azonosítását szolgáló módszerek és jellemzőik
2. Folyamatmenedzsment alapok
 - a. Folyamatszemplélet, folyamatmenedzsment alapjai
 - b. Folyamatok folyamatos fejlesztése (modellek)
 - c. Folyamatfejlesztéshez kapcsolódó egyszerű módszerek
3. ISO 9000 szabványrendszer
 - a. Az ISO 9000 szabványrendszer általános jellemzői, alkalmazási logikája
 - b. Az ISO 9000 szabványrendszer alapelvei, meghatározó elvei
 - c. Az ISO 9000 szabványrendszer főbb fejezetei a PDCA struktúrában
4. Szolgáltatások
 - a. Termékek és szolgáltatások közötti alapvető különbségek, HIPI jellemzők, ezek következményei folyamatmenedzsment szempontból
 - b. Szolgáltatási folyamatok típusai
 - c. A teljesítménymérés 3 szintje

1.2. Marketingkutató

1. Marketingkutató alapfogalmak
 - a. Primer és szekunder kutató
 - b. Kvalitatív és kvantitatív kutató
 - c. A szekunder kutató forrásai
2. Primer kutató folyamata
 - a. A kutatósi terv lépései
 - b. Leíró, feltáró és magyarázó kutató
 - c. Mintavételi technikák
3. Kvalitatív kutató
 - a. Mélyinterjúk
 - b. Fókuszcsoporthok
 - c. Elemzés és tanulmány készítés

¹ Az alapszakos záróvizsgák minden szak esetében 3 tárgyat ölelnek fel. A tárgyak 4-4 nagyobb témakört ölelnek fel, amelyek további 3 vagy 2 altémát tartalmaznak. A záróvizsgán a hallgató a bizottsági tagoktól 2 témakört kap.

4. Kvantitatív kutatás
 - a. Kérdőív szerkesztés
 - b. Mérési skálák és skálaképzés
 - c. Elemzés és tanulmány készítés

1.3. Marketingkommunikáció

1. Marketingkommunikáció alapjai
 - a. Marketingkommunikáció alapfogalmai és területei.
 - b. Integrált marketingkommunikáció.
 - c. Marketingkommunikáció céljai és hatásmechanizmusa (AIDA modell)
2. Marketingkommunikáció stratégiai tervezése, a kampánytervezés alapelvei
 - a. Költségtervezési módszerek.
 - b. Üzenetstratégia.
 - c. Médiastratégia.
3. Tömegkommunikáció eszközei
 - a. Sajtó.
 - b. Szabad- és zárttéri reklámok.
 - c. Rádió, televízió.
4. „Nem hagyományos” marketingkommunikációs eszközök
 - a. Direkt marketing.
 - b. Eladásösztönzés, eladáshelyi kommunikáció.
 - c. Public Relations (PR), szponzoráció, rendezvények.