



# Záróvizsga témakörök a 2022/2023 tanévben záróvizsgázók számára<sup>1</sup>

## 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, minőségház
  - 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 kutatósi terv
  - 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

---

<sup>1</sup> 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, azok általános jellemzői.
  - b. Integrált marketingkommunikáció fogalma és szintjei.
  - c. Marketingkommunikáció céljai és hatásmechanizmusa (AIDA, ELM)
2. Marketingkommunikáció stratégiai tervezése, a kampánytervezés alapelvei
  - a. Költségtervezési módszerek.
  - b. Üzenet és média stratégia.
  - c. Médiakutatás, reklámkutatás.
3. Tömegkommunikáció eszközei
  - a. Klasszikus reklámok sajátosságai, csoportosítása.
  - b. Sajtó, 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.