

**Záróvizsga tételek marketing mesterszak levelező tagozat
2010.**

1. Jellemezze a piacorientált stratégiai marketing tervezést! Külön térjen ki a vállalati és divizionális stratégiai tervezés azonosságaira és különbségeire, a marketingterv jellegére és tartalmára.
2. Ismertesse a kínálat aggregátumainak menedzselési feladatait. Mutassa be a márkázás folyamatát és a márkaépítés feladatait. Melyek a különbségek a fizikailag is létező termékek, illetve a szolgáltatások márkázása között?
3. Mutassa be a kínálatdifferenciálás és pozicionálás jellemzőit. Ismertesse a pozicionálást megalapozó módszereket. Melyek az új termékek fejlesztésének a jellemzői?
4. Ismertesse az árképzés legfontosabb módszereit. Mutassa be a termékcsaládok árazását valamint a kínálat árazásának speciális módszereit.
5. Mutassa be a külpiacon társadalmi-kulturális környezetének tényezőit.
6. Mutassa be a külpiacon való kilépés lehetséges fokozatait.
7. Mutassa be a nemzetközi marketing stratégiai lehetőségeit a sztenderdizálás vs lokalizálás szempontjából.
8. Ismertesse a piackutatási folyamat lépéseit! Milyen szekunder adatforrásokat ismer, és melyek a szekunder források előnyei és hátrányai?
9. Ismertesse a fontosabb mintavételi eljárásokat, mit jelent a reprezentativitás. Mutassa be a megfigyeléses és kísérleti eljárások jellemzőit, előnyeiket, hátrányaikat és alkalmazási területeiket!
10. Milyen megkérdezéssel eljárásokat ismer, mutassa be a megkérdezések típusait, előnyeiket, hátrányaikat! Mutassa be a kvantitatív kutatások során alkalmazható adatelemzési eljárásokat (keresztábrák, anova, főkomponens analízis, klaszteranalízis).
11. A reklámkutatások területén milyen speciális módszereket célszerű alkalmazni, ismertesse ezeket! Melyek a médiakutatások legfontosabb módszerei, és milyen eszközökkel kutatható az új termékek fejlesztése?
12. Mutassa be és jellemezze a marketingkommunikáció legfontosabb eszközeit (ATL, BTL eszközök) és értékelje az egyes eszközök kommunikációs mixben betöltött szerepét. Ismertesse az integrált marketingkommunikáció fogalmát.
13. Mutassa be a reklámtervezés 5M modelljét és elemeit! Ismertesse a kreatívtervezés és a médiatervezés legfontosabb elemeit és befolyásoló tényezőit.

14. Mutassa be a fogyasztás és a vásárlás kategóriáit és ismertesse az egyes fogyasztás és vásárlási típusok esetén javasolt marketingaktivitások főbb jellemzőit.
15. Ismertesse a vásárló aktuális helyzete, a vásárlási hely és a szituációs külső hatások főbb jellemzőit. Milyen tényezők befolyásolják az üzletválasztást?
16. Melyek az ellátási lánc menedzsment legfontosabb stratégiai döntésterületei? Mutassa be az igény kielégítés ciklusidejének és a teljes ellátási folyamat idejének különböző eseteit a Schutt-féle ellátási lánc stratégiákon keresztül.
17. Mutassa be az ügyfélkapcsolat menedzsment (CRM) fogalmát, főbb jellemzőit, valamint a vállalatirányításban betöltött helyét és szerepét.