

**SZÓBELI TÉMAKÖRÖK**  
**a**  
**KÖZGAZDASÁGI-MARKETING ALAPISMERETEK**  
**emelt szintű érettségi vizsgára**

**A marketing kialakulása, fogalma, fejlődése**

- A marketing fogalma és alkalmazási területei
- A marketing tartalma
- A marketing-mix összetevői
- A marketing koncepció és a marketing orientáció érvényesülése

**A piac, a piaci környezet elemzése**

- A vállalat mikro- és makrokörnyezete
- A piac fogalma és kategóriái
- A piac szerkezete és a piaci formák
- A piaci szereplők és a piactípusok
- A marketingstratégiák típusai, a marketing hadviselés formái és megvalósításának elvei

**Fogyasztói és szervezeti vásárlói magatartás**

- A fogyasztói magatartás modellje és a fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők
- A vásárlói döntéseket befolyásoló tényezők
- A vásárlási folyamat szakaszai
- A vásárlási magatartás típusai
- A vásárlási folyamat befolyásolásának marketing módszerei
- A szervezeti vásárlók beszerzési magatartását befolyásoló tényezők

**A célpiaci marketing, piacszegmentálás. A célpiacok kiválasztása**

- A differenciálatlan és a differenciált marketing jellemzői
- A célpiaci marketing lényege és kialakulása
- A piacszegmentáció lényege
- A célpiacok kiválasztása
- A termék pozicionálása
- A piac szegmentálásának ismérvei
- A szervezeti vásárlók piacszegmentációja

**A marketing információs rendszer**

- A marketing információs szükséglete
- Az információs rendszer funkciói
- A MIR belső rendszere, működése

**A piackutatás fajtái, módszerei**

- A marketing és a piackutatás kapcsolata
- A piackutatás funkciói, a piackutatás folyamata, módszerei
- A piackutatáshoz szükséges információk beszerzése
- A piackutatási módok
- A kutatási módszerek csoportosítása
- Mintavételi terv, kérdőív
- A piackutatási eredmények értékelése
- A piackutató jelentés

**A piackutatás felhasználási területei**

- A piackutatás eredményének felhasználása

**A termékpolitika, termékfejlesztés**

- A termék fogalma, a termék osztályozása, termékfejlesztési típusok
- A termékpiaci stratégiák jelentősége
- A termék piaci életgörbéjének és az életgörbe egyes szakaszainak jellemzői
- A termékpiaci stratégiák meghatározása, a termékportfólió
- Ötletkeresési technikák

**Árpolitika, árstratégia**

- Az ár fogalma és szerepe, az árképzési rendszerek
- Az árpolitika lényege, célkitűzései
- Az árdifferenciálás és az árdiszkrimináció
- A fedezeti pont
- A fogyasztói árelfogadást és árérzékenységet befolyásoló tényezők

**Az értékesítéspolitikai, az értékesítési csatornák kiválasztása**

- Az értékesítési csatorna szereplői, fajtái
- Az értékesítési rendszer logisztikai és áruforgalmat elősegítő funkciói
- A kereskedelem helye és szerepe a piacgazdaságban
- A marketing és az elosztási csatornák közötti összefüggés
- A franchise

**A kommunikációs politika**

- A kommunikáció fogalma és fajtái
- A kommunikációs folyamat

**A marketingkommunikáció eszközszerkezere**

- A marketingkommunikáció lényege
- A kommunikációs mix elemei

**A reklám szerepe és fejlődése**

- A reklám fogalma és szerepe
- A reklám fejlődése
- A reklám fajtái

**A reklámeszközök és reklámhordozók**

- A reklámeszközök
- A reklámhordozók szerepe

**A public relations**

- A public relations fogalma, jellemzői
- A PR területei. A külső és belső PR
- A PR akciók és a szponzorálás

**Az eladásösztönzés, a személyes eladás**

- Az eladásösztönzés fogalma, funkciói
- Az SP módszerek
- A személyes eladás fogalma, jellemzői, előnyei
- A PS területei
- Az eladóval szemben támasztott követelmények
- Az eladási magatartás és az értékesítési mód kapcsolata

**Az image és az egyedi vállalati arculat**

- Az image lényege, fajtái
- A vállalati arculatot befolyásoló tényezők
- A CI összetevői: formai és tartalmi elemei

**Az egyéb piacbefolyásolási eszközök**

- A védjegy funkciói, típusai
- A csomagolás funkciói és típusai
- A vevőszolgálat szerepe, lényege
- A márkaépítés folyamata és a márkahűség