

MINTAFELADATOK – I. ZH

I. Feleletválasztós feladatok – minta:

1. A kapcsolatmarketing legfőbb értékei
 - Az elégedettség
 - A bizalom
 - Az elkötelezettség
 - Egyik sem
 - **Mindhárom válasz helyes**
2. A termék-életciklus vizsgálata az alábbi környezeti tényezőhöz tartozik
 - **Technológiai**
 - Környezeti
 - Gazdasági
 - Társadalmi-kulturális
3. Mire vonatkozik a SWOT elemzés?
 - Csak a vállalat belső környezetét vizsgálja
 - Csak a vállalat külső környezetét vizsgálja
 - **Vizsgálja a belső és a külső környezetet is**
 - Egyikkel sem foglalkozik
4. A termékfókuszú kutatások közé tartozik a következő elem
 - **Ízkutatások**
 - Költségelemzés
 - Hosszú távú előrejelzések
 - Imázs
5. A differenciáló stratégia
 - A hatékony termelésre
 - **Az egyediségre**
 - A költségekre helyezi a hangsúlyt
6. Mikor alkalmazzunk tömegmarketing stratégiát?
 - Nagyfogyasztók esetében
 - Ha markáns arculattal rendelkezünk
 - **Radikálisan új termék bevezetésekor**
 - Elágazásos termelés során
7. A piackiagnázás eszköze
 - **Új értékesítési csatornák használata**
 - Új termék fejlesztése
 - Új fogyasztói csoportok megcélzása
 - Alapanyag gyártás beépítése a tevékenységünkbe

II. Igaz-hamis feladatok – minta:

H	A szegmentációs folyamat első lépése a szegmentációs ismérvek kiválasztása.
H	A repozicionálás a termék piacról való kivonása
H	A SWOT analízis szerint gyengeségeknek nevezzük a külső környezet azon változásait, amelyek kedvezőtlen irányban mozdítják el a vállalat piaci helyzetét.
I	A potenciális piac elméleti felvevőképességet jelent
H	Tömeges testreszabás esetén a vállalat a szegmensnél kisebb, speciális igényű vevőcsoportot céloz meg.
I	A szegletmarketing egyik előnye, hogy kisebb a vevők árérzékenysége.
I	Az összpontosító stratégiát folytató vállalat egyediségi és költségelőnyt is realizálhat
H	A piaci részesedés a potenciális piac egy vállalatra jutó hányada
H	A márkaverseny a versenyfogalom szűkebb értelmezése, mint a termékformaverseny

III. Kis eset – minta:

A Magyar Állami Operaház a 2012-ben kezdődött újrapozicionálástól kezdve fókuszál a fiatalokra. Bevezették a diákjegyet, a teljes befogadóhely 10%-át biztosították számukra. Az Erkel Színházban létrehozták a Facebook karzatot, ahova csak a közösségi platformon lehet jegyet vásárolni. Az Ansoff-mátrix alapján milyen stratégiát alkalmaz az intézmény?

piacfejlesztés

IV. Nagyobb eset - minta

Az Apple egy új funkcióval ellátott terméket akar a piacra dobni, melyről azt kell tudni, hogy egy olyan új technológia felhasználásával készült, melynek segítségével az okostelefon képes illatokat is generálni az egyes applikációkhoz. A tanultak alapján mutassa be, hogy milyen piaci információkra (marketingkutatás) van szükség a termék bevezetése során. Soroljon fel legalább **kettőt a termék, ár, értékesítés és kommunikációs politikához** kapcsolódó piackutatósi irányokból!

Termék	csomagolás és desing	Értékesítés	Bolti elhelyezés
	termék és fogyasztói szegmensek feltárása		Szállítás és raktározás kérdései
Ár	Kereslet ár rugalmassága	Kommunikáció	Reklámhatás vizsgálata
	Az árak fogyasztói elfogadása		Vállalati, termék imázs vizsgálata

Javasolt átnézni a következő részeket:

- A vevőérték létrehozását (összetevőit)
- Az új üzleti modellek jellemzőit
- A STEEP elemzést
- A piac mutatószámait
- A versenykörnyezet elemzését
- A primer és a szekunder adatok összehasonlítását
- A megkülönböztető előnyre építő stratégiákat
- A szegmentálási folyamatot és az egyes elemeihez (STP) társítható stratégiákat
- Az Ansoff mátrixot (termék, piac stratégiák)
- Az elégedett vevő jellemzőit
- A marketing mix átalakulását az online térben
- A tartalmak csoportosítását
- A digitális életutat
- Az online kommunikáció 4 pillérét
- A remarketinget és webanalitikát