

**EBC*L vizsgalap B modul****RÉSZVIZSGA 1: Üzleti terv készítés alapjai, marketing és értékesítés**

Tisztelt Vizsgázó!

Kérjük, hogy az alábbi mezőket hiánytalanul töltsse ki. Aláírásával igazolja, hogy a vizsgalapot önállóan, mások segítségével nélkül töltötte ki. Ön egyetért az elektronikus regisztrációval, adatai feldolgozásával, és vizsgaeredményeinek elektronikus továbbításával.

Cím, keresztnév, vezetéknev

lakhely (irányítószám, helység, utca)

Születési idő

telefonszám – napközbeni elérhetőség

e-mail

Vizsgaidőpont

aláírás

Kérjük, hogy a kérdések megválaszolására kizárólag az arra szánt, üres papírlapokat (ne az információs lapokat) használja. Amennyiben további jegyzetlapokra van szüksége, forduljon a vizsgafelügyelőhöz.

Sok sikert!



ELMÉLETI KÉRDÉSEK (kérdésenként 4 pont adható)

		pontszám
1.	Nevezze meg egy üzleti terv legalább hat lényeges pontját.	
2.	Egy jogilag betéti társaságként (Bt) funkcionáló lakatosműhelyt alapul véve, magyarázza meg a Shareholder Value és a Stakeholder Value kifejezéseket.	
3.	Ismertesse, hogyan jellemezhető egy vállalkozás közvetlen versenytársa (konkurens). (4 ismérv)	
4.	Vázolja fel egy SWOT-elemzés céljait és jellemző struktúráját.	
5.	Önállóan választott példa alapján, taglalja a termék életciklus-elemzés céljait és felépítését. Rajzolja meg az elemzéshez tartozó grafikai ábrát.	
6.	Nevezzen meg négy elemet, melyek egy vállalat Corporate Design-ját tartalmazzák.	
7.	Egy butikot alapul véve fejtsen ki két lehetséges árstratégiát.	
8.	Nevezzen meg négy előnyt, melyekkel az indirekt értékesítés a direkt értékesítéssel szemben rendelkezik.	
9.	Magyarázza meg mit értünk Customer Relationship Management (CRM) alatt, sorolja fel a CRM négy eszközét.	
10.	Nevezzen meg négy fő sajátosságot a vállalati ügyfeleknek történő értékesítéskor (a magánügyfelekkel összehasonlítva).	
11.	„Aki kérdez, irányít.” így szól egy értékesítési szabály. Véleményezze az állítást, és adja meg a helyes kérdezői technika két jellemzőjét.	
12.	Fejtse ki, hogy miben különbözik egy kifogás egy ürügytől.	



GYAKORLATI KÉRDÉSEK (kérdésenként 6 pont adható)

		pontszám
13.	<p>Egy rossz kihasználtságú fitness center sürgősen új tagokat szeretne verbuválni, tekintettel kiélezett gazdasági helyzetére a reklámra fordítható kerete maximum 2.000 euró.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nevezzen meg, és fejtsen ki három kommunikációs ill. reklámpolitikai intézkedést, melyeket a fitness center az adott helyzetben foganatosíthatna. 	
14.	<p>A vállalkozás 10 éves jubileumát ünnepli, és ebből az alkalomból vevőtalálkozót szervez. Költségvetési okokból nem hívhatja meg mind a 2000 vevőjét, hanem csupán a legfontosabbakat.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vázoljon fel egy ABC-elemzést a kulcsvevők kiválasztására, 2 kritériumot vegyen figyelembe a felvázolásnál. 	
15.	<p>Huber úr régóta szeretne elvégezni egy vállalatgazdasági szemináriumot. A folyosón találkozik a főnökével és előadja a kérését. A következőképpen érvel: „Jó, hogy összefutottunk, régóta engedélyeztetni akarom Önnel a vállalatgazdasági szemináriumi részvételemet. A tréner egy igazi szakértő. Ennek persze ára van. A három napos szeminárium 2.000,- euróba kerül.“</p> <p>A stresszes főnök válasza: „Később foglalkozom az üggyel.“ Ami egyet jelent az engedély megtagadásával.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nevezze meg azt a három hibát, melyet Huber úr „értékesítési“ szempontból vétett. - Mutassa be, hogy járhatott volna sikerrel. 	



ESETI PÉLDA (14 pont)

A szeminárium szervezője a következő rendezvényeket kínálja, melyeket piaci vonzerő és az aktuális versenyerősség alapján rangsorol (értékelés: pl 1 = nagyon jó / 5 = nagyon rossz)

Termék	Piaci vonzerő	Versenyerősség
Vállalatgazd. szeminárium	2	4
Értékesítési tréning	4	5
Személyiségfejlesztés	5	1
Informatikai szeminárium	4	4

	pontszám
Adjon meg 4 kritériumot, melyek alapján megítélhető a piaci vonzerő.	
Adjon meg 4 kritériumot, melyek alapján megítélhető a verseny erőssége.	
A szeminárium szervezőjének készítsen egy portfólió elemzést, és az egyes termékeket helyezze a megfelelő termékportfoló kategóriába (a kategóriák megnevezése).	
A portfólió elemzés konzekvenciáit vetítse a vállalkozás termékpolitikájára.	