

Pytania na egzamin dyplomowy dla studentów
Specjalności Zarządzanie sprzedażą z elementami logistyki

1. Scharakteryzuj organizację sprzedaży w zależności od asortymentu i wielkości sprzedaży.
2. Omów rolę klienta w organizacji procesu sprzedaży.
3. Omów na czym polega segmentacja rynku i jej znaczenie w aktywizacji sprzedaży.
4. Wymień i opisz etapy budowy lejka sprzedażowego.
5. Wymień podstawowe funkcje menedżera sprzedaży i podaj przykłady zadań menedżerskich do jednej z nich.
6. Wymień sposoby motywowania pracowników oraz omów techniki udzielania pochwały i konstruktywnej krytyki.
7. Wymień cechy coacha oraz scharakteryzuj podstawowe narzędzia komunikacyjne w coachingu.
8. Wyjaśnij pojęcie marki, omów jej funkcje oraz różnice między marką producenta a marką dystrybutora.
9. Scharakteryzuj elementy konceptu strategicznego marki.
10. Scharakteryzuj pojęcie jakości towarów, czynniki wpływające na jakość towarów oraz badania i ocenę jakości towarów.
11. Omów pojęcie analiza sensoryczna, jej cele i metody oraz podaj przykłady analizy sensorycznej produktów spożywczych.
12. Omów uwarunkowania marketingu we współczesnym przedsiębiorstwie handlowym (trendy we współczesnym handlu i ich wpływ na marketingowe zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym).
13. Omów wyróżniki marketingu w handlu elektronicznym.
14. Wyjaśnij rolę i wskaż przykłady wykorzystania merchandisingu w marketingowym zarządzaniu przedsiębiorstwem handlowym.
15. Omów strategię sprzedaży wiązanej, podaj przykłady oraz wskaż wady i zalety.
16. Omów strategię różnicowania - dywersyfikacji działalności oraz wskaż wady i zalety.
17. Scharakteryzuj cztery podstawowe sposoby rozwiązywania napięć strategicznych.
18. Omów pojęcie dystrybucji i scharakteryzuj stopnie intensywności dystrybucji.
19. Przedstaw i scharakteryzuj metody planowania popytu.
20. Przedstaw i scharakteryzuj analizę ABC oraz opisz jej praktyczne zastosowanie w procesie dystrybucji oraz w procesie magazynowania.
21. Wymień i scharakteryzuj etapy rozmowy handlowej.
22. Omów współczesne narzędzia i techniki sprzedaży.
23. Omów uprawnienia kupującego z tytułu rękojmi wynikające z umowy sprzedaży.
24. Scharakteryzuj klauzulę kary umownej w umowie sprzedaży.
25. Przedstaw różnice pomiędzy odpowiedzialnością sprzedającego wynikającą z rękojmi i z gwarancji.

26. Porównaj cechy głównych gałęzi transportu i omów kryteria wyboru gałęzi transportu w procesie spedycji towarów.
27. Przedstaw rolę transportu w gospodarce krajowej i międzynarodowej
28. Omów rolę formuł Incoterms w transporcie międzynarodowym
29. Omów style i techniki negocjacji.
30. Scharakteryzuj etapy procesu negocjacji.