

Tárgytematika / Course Description

Marketingkutató

KGLB_MMTM001

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2022/23/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 6/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A kurzus célja a kutatási terv felépítésének megismerése, a szekunder adatforrások feltérképezése, a különböző kutatási (kvalitatív és kvantitatív) módszerek sajátosságainak elsajátítása egy gyakorlati feladaton keresztül.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1. modul: Az információ szerepe. A piackutatási iparág. A kutatási terv.

2. modul: A kutatási módszerek osztályozása. Szekunder kutatás. Kvalitatív kutatási módszerek.

3. modul: Megfigyelés és kísérlet. A kérdőíves megkérdezés módszerei. Mérés és skálázás. A kérdőívszerkesztés.

4. modul: A mintavételi módszerek. Adatgyűjtés, adatelőkészítés. Egy- és többváltozós elemzések. Leíró statisztika. Keresztábra elemzés. Varianciaelemzés.

5. modul: Korreláció és regresszió elemzés. Új trendek a piackutatásban. Statisztikai szoftverek gyakorlati alkalmazása a piackutatásban.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A féléves aláírásnak nincsen feltétele.

Vizsga: IMPERA vizsga

Az értékelés módja: vagy féléves projektfeladat (részletek a Moodle felületén) elkészítése, vagy írásbeli vizsga a vizsgaidőszakban.

A vizsgára adott pontszám alapján:

0 - 50 % elégtelen

51 - 65 % elégséges

66 - 79 % közepes

80 - 89 % jó

90 - 100 % jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom: Gyulavári Tamás - Mitev Ariel Zoltán - Neulinger Ágnes - Neumann-Bódi Edit - Simon Judit - Szűcs Krisztián (2014) : A marketingkutatás alapjai, Akadémiai Kiadó

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Veres Zoltán, Kozák Ákos, Hoffmann Márta: Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó, 2017.