

## Tárgytematika / Course Description

### Fogyasztáselmélet és vásárlói magatartás

**KGLM\_MMTM016**

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Eisingerné dr. Balassa Boglárka

**Félév / Semester:** 2021/22/1

**Beszámolási forma /**

**Assesment:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám /**

**Teaching hours(week):** 0/0/0

**Tárgy féléves óraszám /**

**Teaching hours(sem.):** 12/0/0

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A kurzus célja: A vásárlói viselkedés megértése a viselkedési közgazdaságtan és a pszichológia modelljei alapján.

A kurzus feladata: A kurzus elvégzését követően a hallgatók képesek legyenek a vásárlói viselkedés modelljeinek megértésére, képesek legyenek a vásárlói viselkedés alapvető modelljeit és motivációit értelmezni és ismertetni.

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1.	Bevezetés, féléves követelmények ismertetése
2.	Trendek
3.	Életstílus
4.	Törzsek
5.	Szükséglet
6.	Percepció
7.	Attitűd
8.	Szakértői illúzió
9.	A megértés illúziója

10.	Az érvényesség illúziója
11.	Formális tanulás
12.	Informális tanulás
13.	Utólagos okoskodás
14.	Összegzés

---

## SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

### 5. Félévközi hallgatói munka:

5 darab idegen nyelvű cikk összefoglaló feldolgozása a tanult témákban. A választott cikkeket és a témát az oktatóval előzetesen egyeztetni kell. (2000-nél nem régebbi, magas színvonalú lapokból – IX. Bizottság listája az irányadó- minimum 5 oldalas magyar nyelvű összeoglaló).

Az értékelés módja:

Írásbeli vizsga 60% (a vizsgán minimum 50%-ot teljesíteni kell)

Összefoglaló 40%

A félév során, illetve a vizsgán a ponthatárok a következőképpen alakulnak:

91-100: jeles

81-90: jó

66-80: közepes

51-65: elégséges

0-50: elégtelen

---

## KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

### Kötelező irodalom:

- **2. modul:**

Csizmadia, Norbert (2016): Geopillanat, Útikönyv a 21. század megismerésének térképéhez, L'Harmattan, 78-115.o.

- Mintzberg, Henry; Simons, Robert; Basu, Kunal (2002): Beyond Selfishness, MIT Sloan Management Review, letöltés helye:

<https://www.d.umn.edu/~scastleb/mintzberg%20etc%20beyond%20selfishness.pdf> letöltés ideje: 2019.01.20. 67-74.o.

- Tapscott, Don-Williams, Anthony (2006): Wikinómia, HVG Könyvek, Budapest. 135-160.o.

- **3. modul:**

Appadurai, Arjun (1996): Vásárlás, időtartam, történelem, In: Replika, 1996. 81-97.

Appadurai, Arjun (2015): Banking on Words, The Failure of Language in the Age of Derivative, University of Chicago Press, 63-69.

- **4. modul:**

Appadurai, Arjun (2001): A lokalitás termelése, In: Regio, Kisebbség, Politika, Társadalom, 2001/3. 3-31. o.

Godin, Seth (2009): Törzsek – Te is lehetsz vezető! HVG Könyvek, Budapest. 17-109.o.

- **5. modul:**

Hajnal Albert, Kindler József, Kiss István (1982): Korlátozott racionalitás, Válogatott tanulmányok; összeáll., tan. Kindler József, Kiss István, ford. Csontos László; Közgazdasági és Jogi, Bp., 249-261.o.

Thaler, Richard H. – Sunstein, Cass R. (2011): Nudge - a pénzügyi válság után - Jobb döntések egészségről, pénzről és boldogságról. Manager Könyvkiadó Kft, Budapest, 74-82.o.

Thaler, Richard H. (2016): Rendbontók – A viselkedési közgazdaságtan térnyerése. HVG Könyvek, Budapest, 44-54.o.

- **6. modul:**

---

Ariely, Dan (2017): Motiváció - Mi hajt, ösztönöz, lelkesít minket valójában? HVG Könyvek, Budapest, 27-48.o.

Neisser, Ulrich (1984): Megismerés és valóság. Gondolat Kiadó, Budapest. 58-80.

• **7. modul:**

Godin, Seth (2011): Minden marketinges sztorizik - Egy jó történettel minden eladható. HVG Könyvek, Budapest, 21-44.o.

Steven Pinker (2002): Hogyan működik az elme? 7. fejezet: Családi értékek, Osiris Kiadó, Budapest.

• **8. modul:**

Ariely, Dan (2014): Zseniálisan irracionális - Az ésszerűtlenség nem várt előnyei. HVG Könyvek, Budapest, 117-132.o.

Kahneman, Daniel; Tversky, Amos (1983): Choices, Values, and Frames, APA Award Addresses, 341-350.o.

Letöltés helye: <http://web.missouri.edu/~segerti/capstone/choicesvalues.pdf>,

Letöltés ideje: 2019.01.08.

• **9. modul:**

Ariely, Dan – Kreisler, Jeff (2018): A (túl)költekezés pszichológiája - Miért költünk többet, mint kellene?. HVG Könyvek, Budapest, 118-138.o.

• **10 modul:**

○ Thaler, Richard H. (2016): Rendbontók – A viselkedési közgazdaságtan térnyerése. HVG Könyvek, Budapest, 135-150.o.

• **11. modul:**

○ Bruner, Jerome (2004): Az oktatás kultúrája. Gondolat Kiadó, Budapest. 20-23.

○ Lindstrom, Martin (2010): Buyology: Truth and Lies About Why We Buy, Broadway Books, New York, 88-106.o.

• **12. modul:**

○ Appadurai, Arjun (2001): A lokalitás termelése, In: Regio, Kisebbség, Politika, Társadalom, 2001/3. 3-31. o.

○ Bruner, Jerome (2004): Az oktatás kultúrája. Gondolat Kiadó, Budapest. 23-51.

• **13. modul:**

○ Ariely, Dan – Kreisler, Jeff (2018): A (túl)költekezés pszichológiája - Miért költünk többet, mint kellene?. HVG Könyvek, Budapest, 205-221.o.

○ Sachs, Jeffrey D. (2016): A civilizáció ára - Az amerikai értékek és a visszatérés a prosperitáshoz. Gondolat Kiadó, Budapest, 143-147.

**Ajánlott irodalom:**

○ Watson, Richard (2009): Future Files: A Brief History of the Next 50 Years, Nicholas Brealey Publishing, London, 15-39.o.

Appadurai, Arjun (1986): The social life of things, Commodities in cultural perspective, Cambridge University Press, 110-140.