

Tárgytematika / Course Description

Marketingkutató

KGNB_MMTM001

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Ercsey Ida

Félév / Semester: 2019/20/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 2/2/0

Tárgy féléves óraszám /

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

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A marketingkutató alapjainak ismerete elengedhetetlen a mai szakemberek számára. Az alapvető kutatási formák és típusok alkalmazás szintű ismeretével a hallgató piacképes tudást szerezhet. A marketingkutató problémájának meghatározása, a kutatási terv kialakítása és kivitelezése a piaci részvétel és fennmaradás elengedhetetlen része.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1. hét Az információ szerepe. A piackutató iparág.
2. hét A kutatási terv. A kutatási módszerek osztályozása.
3. hét Szekunder kutatás.
4. hét Kvalitatív kutatási módszerek.
5. hét Megfigyelés és kísérlet.
6. hét A kérdőíves megkérdező módszerei.
7. hét Mérés és skálázás.
8. hét A kérdőívszerkesztés.
9. hét A mintavételi módszerek.
10. hét Adatgyűjtés, adatelőkészítés.
11. hét Egy- és többváltozós elemzések. Leíró statisztika. Keresztábra elemzés.
12. hét Többváltozós elemzések. Varianciaelemzés.
13. hét Többváltozós elemzések. Korreláció és regresszió elemzés.
14. hét Új trendek a piackutatóban.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESMENT'S METHOD

A féléves aláírás feltétel: gyakorlatokon való részvétel, megengedett hiányzás max. 2 alkalom és a beadandó

feladat elkészítése. Beadandó feladat 30 pont, prezentáció 10 pont, írásbeli vizsga 60 pont (min. 31 pont kell az érvényes jegyhez) Az értékelés módja: A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapjány: 0-50 pont elégtelen, 51-65 pont elégséges, 66-80 pont közepes, 81-90 pont jó, 91-100 pont 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: Veres Zoltán, Kozák Ákos, Hoffmann Márta: Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó, 2017.
