

## Tárgytematika / Course Description

### Marketingkutató

KGNB\_MMTM001

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Ercsey Ida

**Félév / Semester:** 2021/22/1

**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 megkérdezés 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 piackutatásban.

---

## **SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD**

A féléves aláírás feltétel: gyakorlatokon való részvétel, megengedett hiányzás max. 2 alkalom és a beadandó feladat minimum 50%-ra történő teljesítése.

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 alapján: 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.