

## **Tárgytematika**

### **Marketingkutató**

**LGB\_SV012\_1**

**Tárgyfelelős neve:** dr. Ercsey Ida

**Félév:** 2014/15/2

**Beszámolási forma:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám:** 0/0/0

**Tárgy féléves óraszám:** 15/0/0

---

### **OKTATÁS CÉLJA**

A marketingkutató alapjainak ismerete elengedhetetlen a mai szakemberek számára. Az alapvető kutatási formák és típusok alkalmazás szintű ismeretével a hallgató piacképes tudást szerezhethet.

A marketingkutató problémájának meghatározása, a kutatási terv kialakítása és kivitelezése a piaci részvétel és fennmaradás elengedhetetlen része. Az alapvető leíró és feltáró statisztikai módszerek, valamint kutatási technikák ismertetésével a hallgatók képet kapnak arról, hogy hogyan és miként zajlik egy-egy ilyen kutatás a gyakorlatban. A tananyag korszerű, és folyamatosan frissített szakirodalmi háttérre épül, prezentációkkal és esetjátékokkal a nagy létszámú hallgatószám aktivizálására.

---

### **TANTÁRGY TARTALMA**

Időszak A feldolgozandó tananyag témája

1. hét A piackutatás alapelemei
  2. hét A szekunder piackutatás
  3. hét Megkérdezés és kérdőív szerkesztés
  4. hét A megkérdezés technikai megvalósítása, megfigyelés és kísérlet
  5. hét Kvantitatív technikák, előrejelzések és a mintanagyság
  6. hét Attitűd-, preferencia-, és minőségmegtérítés kutatás, leíró statisztikák
  7. hét Beszerzési alternatívák elemzése, döntési alternatívák a marketingmixben
  8. hét Márkaimázs kutatás
  9. hét Szegmentálási technikák
  10. hét Panelkutatások és piackutatás nemzetközi környezetben
  11. hét Kvalitatív kutatás módszerei, az egyéni mélyinterjú
  12. hét A kvalitatív kutatás technikai kérdései
  13. hét Fókuszcsoporthoz technikák
  14. hét Csoporttechnikák és márkakutatási technikák
  15. hét Ügynevelésválasztás és kapcsolattartás
- 

### **SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE**

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

Zárthelyi, vizsga

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**

Kötelező irodalom:

Veres – Hoffmann – Kozák (2006): Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Gyulavári-Mitev-Neulinger-Neumann-Bódi-Simon-Szűcs: A marketingkutatás alapjai, AULA, Budapest, 2012.

Malhotra, N.K. (2008): Marketingkutatás, Akadémiai Kiadó