

Tárgytematika / Course Description

Marketingkutató

LGB_SV012_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Ercsey Ida

Félév / Semester: 2015/16/1

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 15/0/0

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. 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 hallgatóság aktivizálására.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

Időszak A feldolgozandó tananyag témája

1. hét A piackutatás alapelemei
2. hét A szekunder piackutatás
3. hét Megkérdezés és kérdőívszerkesztés
4. hét A megkérdezés technikai megvalósítása, megfigyelés és kísérlet
5. hét Kvantitatív technikák, előrejelzések és a mintanagyság
6. hét Attitűd- preferencia-, és minőségmegítélés 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 Ügynökségválasztás és kapcsolattartás

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

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 / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

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

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

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

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