

## Tárgytematika / Course Description

### Marketingkutató

LGB\_SV012\_1

**Tárgyfelelős neve /**

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

**Félév / Semester:** 2019/202

**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 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 hallgatók számára.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

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 Csoporthoz technikák és márkakutatási technikák
15. hét Ügyfélválasztás és kapcsolattartás

---

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

A féléves aláírás feltétele: a beadandó feladat elkészítése

Vizsga: COEDU vizsga

Beadandó feladat: 40 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