

## Tárgytematika / Course Description

### Marketingkutató

LGB\_SV012\_1

**Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Ercsey Ida**Félév / Semester:** 2020/21/2**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 piackutató alapelemei
2. hét A szekunder piackutató
3. hét Megkérdező és kérdőív szerkesztés
4. hét A megkérdező technikai megvalósítása, megfigyelés és kísérlet
5. hét Kvantitatív technikák, előrejelzések és a mintanagyság
6. hét Attitűd-, preferencia-, és minőségmegtélés kutatás, leíró statisztikák
7. hét Beszerzési alternatívák elemzése, döntési alternatívák a marketingmixben
8. hét Márkaimázs kutatás
9. hét Szegmentálási technikák
10. hét Panelkutatások és piackutató nemzetközi környezetben
11. hét Kvalitatív kutatás módszerei, az egyéni mélyinterjú
12. hét A kvalitatív kutatás technikai kérdései
13. hét Fókuszcsoportos technikák
14. hét Csoporttechnikák és márkakutatósi technikák
15. hét Ügynökségválasztás 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