

## **Tárgytematika**

### **Fogyasztói magatartás**

**LGB\_SV022\_1**

**Tárgyfelelős neve:** Eisingerné Balassa Boglárka

**Félév:** 2014/15/2

**Beszámolási forma:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám:** 0/0/0

**Tárgy féléves óraszám:** 15/0/0

---

### **OKTATÁS CÉLJA**

#### **1. A tantárgy szerepe a szakképzés céljának megvalósításában:**

A fogyasztói magatartáskutatás, mint interdiszciplináris tudományág megismertetése a hallgatókkal. A fogyasztói magatartást befolyásoló társadalmi-kulturális és egyéni pszichológiai tényezők felvázolása, a vásárlási döntési folyamat különböző modelljeinek bemutatása, értelmezése. A hallgatók gyakorlati példákon keresztül is megtapasztalják a fogyasztói magatartással kapcsolatos kutatások jelentőségét, eredményeit.

#### **2. A tantárgy témájának szakmai háttere, indokoltsága:**

A fogyasztói magatartás ismeretanyagának elsajátítása és ismerete elengedhetetlenül fontos a helyes vállalati marketingdöntések meghozatala szempontjából. A vásárlói magatartás modelljei, valamint a belőlük nyerhető információs bázis elengedhetetlenül fontos a mai kor vállalkozásának. A különböző módszerek alkalmazásával, valamint elhelyezésével a vállalati struktúrában a hallgatók képesek lesznek arra, hogy eligazodjanak a fogyasztókat motiváló tényezők összefüggésrendszerében. Az elméleti ismeretanyagot különböző, a gyakorlati életben fellelhető példák teszik még érdekesebbé, melyeken keresztül a hallgatók megbizonyosodhatnak a tudományág gyakorlati jelentőségéről.

---

### **TANTÁRGY TARTALMA**

#### **4. A tananyag tartalma oktatási hétre bontva:**

##### **Időszak A feldolgozandó tananyag témája**

1. hét Bevezetés a fogyasztói magatartás kutatásba, mint interdiszciplináris tudományágba
2. hét A kultúra és az értékek
3. hét Társadalmi szerkezet, életstílus
4. hét A csoport és a referenciacsoport
5. hét Család és háztartás
6. hét A percepció
7. hét Tanulási elméletek
8. hét Motiváció

- 9. hét Személyiség
  - 10. hét Az attitűd
  - 11. hét A vásárlási döntési folyamat
  - 12. hét Vásárlói magatartás modelljei
  - 13. hét Etnikai marketing
  - 14. hét Posztmodern irányok a fogyasztói magatartásban
- 

## **SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE**

### **6. Félévközi hallgatói munka:**

#### **A féléves aláírás feltétele:**

a beadandó feladat elkészítése, gyakorlati órákon való részvétel  
(maximálisan megengedhető hiányzás 2 óra)

#### **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:**

Hofmeister-Tóth Ágnes (2008): Fogyasztói magatartás alapjai, Aula Kiadó

### **Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:**

Törőcsik Mária (2006): Fogyasztói magatartástrendek, Akadémiai Kiadó

Törőcsik Mária (2007): Vásárlói magatartás, Akadémiai Kiadó