

## Tárgytematika / Course Description

### Fogyasztói magatartás

LGB\_SV022\_1

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** Eisingerné dr. Balassa Boglárka

**Félév / Semester:** 2016/17/2

**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

#### 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 / DESCRIPTION

#### 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 / ASSESSMENT'S METHOD**

### **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 / OBLIGATORY MATERIAL**

### **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