

## Tárgytematika / Course Description

### Fogyasztói magatartás

LGB\_SV022\_1

**Tárgyfelelős neve /**

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

**Félév / Semester:** 2020/21/1

**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

#### 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