

Tárgytematika

Fogyasztáselmélet és vásárlói magatartás

LGM_SV009_1

Tárgyfelelős neve: dr. Makkos-Káldi Judit

Félév: 2011/12/1

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 0/0/0

Tárgy féléves óraszám: 6/0/0

OKTATÁS CÉLJA

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 és módszereit.

A fogyasztói magatartás ismeretanyagának elsajátítása és ismerete elengedhetetlenül fontos a helyes vállalati marketingdöntések meghozatala szempontjából. A különböző módszerek alkalmazásával, valamint a vállalati struktúrában való elhelyezésével 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

Időszak	A feldolgozandó tananyag témája
1. hét	Bevezetés a fogyasztói magatartás kutatásba, a kultúra és az értékek
2. hét	Társadalmi szerkezet, életstílus
3. hét	A csoport és a referenciacsoport, Család és háztartás
4. hét	<i>A fejezethez kapcsolódó gyakorlati példák megoldása, prezentációk</i>
5. hét	A percepció
6. hét	Tanulási elméletek
7. hét	A motiváció
8. hét	A személyiség
9. hét	Az attitúd

10. hét	<i>A fejezethez kapcsolódó gyakorlati példák megoldása, prezentációk</i>
11. hét	A vásárlási döntési folyamat
12. hét	Vásárlói magatartás modelljei
13. hét	<i>A fejezethez kapcsolódó gyakorlati példák megoldása</i>
14. hét	Összefoglalás, prezentációk

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

A féléves aláírás feltétele: a beadandó feladatok elkészítése

Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladatok

Prezentáció

Írásbeli vizsga

30 pont (15 pont rövid feladatok, 15 pont beadandó dolgozat)

10 pont

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 (2003): Fogyasztói magatartás, Aula Kiadó

Törőcsik Mária (2006): Fogyasztói magatartástrendek, Akadémiai Kiadó

Törőcsik Mária (2007): Vásárlói magatartás, Akadémiai Kiadó

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Sas István (2006): Reklám és pszichológia, Kommunikációs Akadémiai Könyvtár.