

Tárgytematika / Course Description

Fogyasztáselmélet és vásárlói magatartás

LGM_SV009_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: Eisingerné Balassa Boglárka

Félév / Semester: 2013/14/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 6/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

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 / DESCRIPTION

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

A fejezethez kapcsolódó gyakorlati példák megoldása, prezentációk

5. hét

A percepció

6. hét

Tanulási elméletek

7. hét

A motiváció

8. hét

A személyiség

9. hét

Az attitűd

10. hét

A fejezethez kapcsolódó gyakorlati példák megoldása, prezentációk

11. hét

A vásárlási döntési folyamat

12. hét

Vásárlói magatartás modelljei

13. hét

A fejezethez kapcsolódó gyakorlati példák megoldása

14. hét

Összefoglalás, prezentációk

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A féléves aláírás feltétele:a beadandó feladatok elkészítése

Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladatok	30 pont (15 pont rövid feladatok, 15 pont beadandó dolgozat)
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 (2003): Fogyasztói magatartás, Aula Kiadó

Töröcsik Mária (2006): Fogyasztói magatartástrendek, Akadémiai Kiadó

Töröcsik Mária (2007): Vásárlói magatartás, Akadémiai Kiadó

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

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