

## Tárgytematika / Course Description

### Fogyasztáselmélet és vásárlói magatartás

LGM\_SV009\_1

**Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Eisingerné dr. Balassa Boglárka**Félév / Semester:** 2019/20/1**Beszámolási forma /****Assesment:** Vizsga**Tárgy heti óraszám /****Teaching hours(week):** 0/0/0**Tárgy féléves óraszám /****Teaching hours(sem.):** 9/0/0

### 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

| <b>Időszak</b> | <b>A feldolgozandó tananyag témája</b>                                   |
|----------------|--|
| 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 / 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

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.

---