

Tárgytematika

Marketingkutató

LGS_SV009_1_M

Tárgyfelelős neve: dr. Ercsey Ida

Félév: 2012/13/2

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 0/0/0

Tárgy féléves óraszám: 15/0/0

OKTATÁS CÉLJA

A marketingkutató alapjainak ismerete elengedhetetlen a mai szakemberek számára. Az alapvető kutatási formák és típusok alkalmazás szintű ismeretével a hallgató piacképes tudást szerezhet. A marketingkutató problémájának meghatározása, a kutatási terv kialakítása és kivitelezése a piaci részvétel és fennmaradás elengedhetetlen része. Az alapvető leíró és feltáró statisztikai módszerek, valamint kutatási technikák ismertetésével a hallgatók képet kapnak arról, hogyan zajlik egy ilyen kutatás a gyakorlatban. A tananyag korszerű, és folyamatosan frissített szakirodalmi háttérre épül.

TANTÁRGY TARTALMA

Időszak	A feldolgozandó tananyag témája
1.	A piackutató alapelemei.
2.	A szekunder piackutató.
3.	Kvalitatív kutatás módszerei, az egyéni mélyinterjú A kvalitatív kutatás technikai kérdései.
4.	Fókuszcsoporthoz technikák.
5.	Primer kutatás: megkérdezés. Kérdőív szerkesztés.
6.	A megkérdezés technikai megvalósítása
7.	Panelkutatások. Piackutató nemzetközi környezetben.
8.	Kvantitatív technikák, előrejelzések és a mintanagyság.
9.	Attitűd- preferencia-, és minőség megítélés kutatás, leíró statisztikák.
10.	Beszerezési alternatívák elemzése, döntési alternatívák a marketingmixben. Márka imázs kutatás.
11.	Szegmentálási technikák.
12.	Megfigyelés és kísérlet.
13.	Fókuszcsoporthoz technikák.
14.	Márkakutatósi technikák.
15.	Ügynökségválasztás és kapcsolattartás.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

Írásbeli vizsga:

0 - 49 %	elégtelen
50 - 64 %	elégséges
65 - 74 %	közepes
75 - 84 %	jó
85 - 100 %	jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM

Kötelező irodalom:

Veres – Hoffmann – Kozák (2006): Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó

Ajánlott irodalom:

Gyulavári Tamás - Mitev Ariel – Neulinger Ágnes - Neumann-Bódi Edit– Simon Judit – Szűcs Krisztián:
A marketingkutatás alapjai, Budapesti Corvinus Egyetem, AULA Kiadó, 2012.