

Tárgytematika / Course Description

Marketingkutató

LGS_SV009_1_M

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Ercsey Ida

Félév / Semester: 2017/18/2

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 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 / DESCRIPTION

Időszak	A feldolgozandó tananyag témája
1.	A piackutató alapelemei. Ügynökségválasztás és kapcsolattartás.
2.	A kutatási terv.
3.	A szekunder piackutató.
4.	Kvalitatív kutatás módszerei, az egyéni mélyinterjú A kvalitatív kutatás technikai kérdései.
5.	Fókuszcsoporthoz technikák.
6.	Megfigyelés és kísérlet.
7.	Primer kutatás: megkérdezés.
8.	Mérés és skálázás.
9.	Kérdőív szerkesztés.
10.	A mintavételi módszerek.
11.	Egy és többváltozós elemzések.
12.	Egy és többváltozós elemzések.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Írásbeli vizsga :

0 - 49 % elégtelen

50 - 64 % elégséges

65 - 74 % közepes

75 - 84 % jó

85 - 100 % jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

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

Ajánlott irodalom:

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