

## Tárgytematika / Course Description

### Marketingkutató

LGS\_SV009\_1\_M

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Ercsey Ida

**Félév / Semester:** 2019/20/2

**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.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

- 1.hét: Az információ szerepe. A piackutató iparág. A kutatási terv.
- 2.hét: A kutatási módszerek osztályozása. Szekunder kutatás. Kvalitatív kutatási módszerek.
3. hét: Megfigyelés és kísérlet. A kérdőíves megkérdező módszerei. Mérés és skálázás. A kérdőívszerkesztés.
- 4.hét: A mintavételi módszerek. Adatgyűjtés, adatelőkészítés. Egy- és többváltozós elemzések. Leíró statisztika. Keresztábra elemzés. Varianciaelemzés.
- 5.hét: Korreláció és regresszió elemzés. Új trendek a piackutatóban. Statisztikai szoftverek gyakorlati alkalmazása a piackutatóban.

---

### SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A féléves aláírásnak nincsen feltétele.

Vizsga: COEDU vizsga

Az értékelés módja:

A vizsgára adott pontszám alapján:

0 - 50 % elégtelen

51 - 64 % elégséges

65 - 74 % közepes

75 - 84 % jó

---

## KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

Gyulavári Tamás - Mitev Ariel Zoltán - Neulinger Ágnes - Neumann-Bódi Edit - Simon Judit - Szűcs Krisztián (2014) : A marketingkutatás alapjai, Akadémiai Kiadó

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Veres Zoltán, Kozák Ákos, Hoffmann Márta: Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó, 2017.