

Tárgytematika / Course Description

Marketingkutató

LGS_SV009_1_M

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Ercsey Ida

Félév / Semester: 2020/21/2

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 piackutatási iparág. A kutatási terv.
2. hét: A kutatási módszerek osztályozása. Szekunder kutatás. Kvalitatív kutatási módszerek.
3. hét: Megfigyelés és kísérlet. A kérdőíves megkérdezés 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 piackutatásban. Statisztikai szoftverek gyakorlati alkalmazása a piackutatásban.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESMENT'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

85 - 100 % jeles

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.