

## Tárgytematika / Course Description

### Marketingkutató

NGB\_SV012\_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Dernóczy-Polyák Adrienn

Félév / Semester: 2018/19/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 2/2/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 0/0/0

---

### 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, hogy hogyan és miként zajlik egy-egy ilyen kutatás a gyakorlatban. A tananyag korszerű, és folyamatosan frissített szakirodalmi háttérre épül, prezentációkkal és esetjátékokkal a nagy létszámú hallgatószám aktivizálására.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1. Az információ szerepe. A piackutatási iparág.
2. A kutatási terv. A kutatási módszerek osztályozása.
3. Szekunder kutatás.
4. Kvalitatív kutatási módszerek.
5. Megfigyelés és kísérlet.
6. A kérdőíves megkérdezés módszerei.
7. Mérés és skálázás.
8. A kérdőívszerkesztés.
9. A mintavételi módszerek.
10. Adatgyűjtés, adatelőkészítés.
11. Egy- és többváltozós elemzések. Leíró statisztika. Keresztábra elemzés.
12. Többváltozós elemzések. Varianciaelemzés.
13. Többváltozós elemzések. Korreláció és regresszió elemzés.
14. Új trendek a piackutatásban.

---

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

A féléves aláírás feltétele: gyakorlatokon való részvétel, megengedett hiányzás max. 2 alkalom és a beadandó feladat elkészítése

Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladat 30 pont

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:

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

Ajánlott irodalom:

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