

Tárgytematika / Course Description

Marketingkutató

NGB_SV012_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Dernóczy-Polyák Adrienn

Félév / Semester: 2019/20/2

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 hallgatók számára 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 kérdőív szerkesztés.
- 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