

## Tárgytematika / Course Description

### Fogyasztói magatartás

NGB\_SV022\_1

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Keller Veronika

**Félév / Semester:** 2014/15/2

**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

#### 1. A tantárgy szerepe a szakképzés céljának megvalósításában:

A fogyasztói magatartáskutatás, mint interdiszciplináris tudományág megismertetése a hallgatókkal. A fogyasztói magatartást befolyásoló társadalmi-kulturális és egyéni pszichológiai tényezők felvázolása, a vásárlási döntési folyamat különböző modelljeinek bemutatása, értelmezése. A hallgatók gyakorlati példákon keresztül is megtapasztalják a fogyasztói magatartással kapcsolatos kutatások jelentőségét, eredményeit.

#### 2. A tantárgy témájának szakmai háttere, indokoltsága:

A fogyasztói magatartás ismeretanyagának elsajátítása és ismerete elengedhetetlenül fontos a helyes vállalati marketingdöntések meghozatala szempontjából. A vásárlói magatartás modelljei, valamint a belőlük nyerhető információs bázis elengedhetetlenül fontos a mai kor vállalkozásának. A különböző módszerek alkalmazásával, valamint elhelyezésével a vállalati struktúrában a hallgatók képesek lesznek arra, hogy eligazodjanak a fogyasztókat motiváló tényezők összefüggésrendszerében.

Az elméleti ismeretanyagot különböző, a gyakorlati életben fellelhető példák teszik még érdekesebbé, melyeken keresztül a hallgatók megbizonyosodhatnak a tudományág gyakorlati jelentőségéről.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

#### 4. A tananyag tartalma oktatási hétre bontva:

**Időszak**

**A feldolgozandó tananyag témája**

1. hét

Bevezetés a fogyasztói magatartás kutatásba, mint interdiszciplináris tudományágba

A kultúra és az értékek	2. hét
Társadalmi szerkezet, életstílus	3. hét
Generációs marketing, családi életciklus, életív marketing	4. hét
A csoport és a referenciacsoport	5. hét
Család és háztartás	6. hét
A percepció	7. hét
Tanulási elméletek	8. hét
Motiváció	9. hét
Személyiség	10. hét
Az attitűd	11. hét
A vásárlási döntési folyamat	12. hét
Vásárlói magatartás modelljei	13. hét
Új trendek a fogyasztói magatartásban	14. hét

---

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

### **6. Félévközi hallgatói munka:**

**A féléves aláírás feltétele:**a beadandó feladat elkészítése, gyakorlati órákon való részvétel (maximálisan megengedhető hiányzás 2 óra)

### **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**

### **5. Irodalom:**

#### **Kötelező irodalom:**

Hofmeister-Tóth Ágnes (2008): Fogyasztói magatartás alapjai, Aula Kiadó

Törőcsik Mária (2011): Fogyasztói magatartás, Akadémiai Kiadó, Budapest. –bizonyos fejezetek

#### **Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:**

Törőcsik Mária (2006): Fogyasztói magatartástrendek, Akadémiai Kiadó

Törőcsik Mária (2007): Vásárlói magatartás, Akadémiai Kiadó