

Tárgytematika / Course Description

Fogyasztói magatartás

NGB_SV022_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2015/16/2

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