

## Tárgytematika / Course Description

### Fogyasztói magatartás

NGB\_SV022\_1

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Eisingerné dr. Balassa Boglárka

**Félév / Semester:** 2018/19/1

**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 információk 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:

<b>Időszak</b>	<b>A feldolgozandó tananyag témája</b>
1. hét	Bevezetés a fogyasztói magatartás kutatásba, mint interdiszciplináris tudományágba
2. hét	A kultúra és az értékek
3. hét	Társadalmi szerkezet, életstílus
4. hét	Generációs marketing, családi életciklus, életív marketing
5. hét	A csoport és a referenciacsoport
6. hét	Család és háztartás

7. hét	A percepció
8. hét	Tanulási elméletek
9. hét	Motiváció
10. hét	Személyiség
11. hét	Az attitűd
12. hét	A vásárlási döntési folyamat
13. hét	Vásárlói magatartás modelljei
14. hét	Új trendek a fogyasztói magatartásban

## 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