

Tárgytematika / Course Description

Fogyasztói magatartás

NGB_SV022_1

Tárgyfelelős neve /

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

Félév / Semester: 2019/20/1

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:

| Időszak | A feldolgozandó tananyag témája |
|----------------|--|
| 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