

## Tárgytematika

### Fogyasztáselmélet és vásárlói magatartás

NGM\_SV009\_1

Tárgyfelelős neve: Eisingerné Balassa Boglárka

Félév: 2014/15/1

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 2/0/0

Tárgy féléves óraszám: 0/0/0

### OKTATÁS CÉLJA

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 és módszereit.

A fogyasztói magatartás ismeretanyagának elsajátítása és ismerete elengedhetetlenül fontos a helyes vállalati marketingdöntések meghozatala szempontjából. A különböző módszerek alkalmazásával, valamint a vállalati struktúrában való elhelyezésével 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

Időszak	A feldolgozandó tananyag témája
1. hét	Bevezetés a fogyasztói magatartás kutatásba, a kultúra és az értékek
2. hét	Társadalmi szerkezet, életstílus
3. hét	A csoport és a referenciacsoport, Család és háztartás
4. hét	<i>A fejezethez kapcsolódó gyakorlati példák megoldása, prezentációk</i>
5. hét	A percepció
6. hét	Tanulási elméletek
7. hét	A motiváció
8. hét	A személyiség
9. hét	Az attitűd
10. hét	<i>A fejezethez kapcsolódó gyakorlati példák megoldása, prezentációk</i>

11. hét	A vásárlási döntési folyamat
12. hét	Vásárlói magatartás modelljei
13. hét	<i>A fejezethez kapcsolódó gyakorlati példák megoldása</i>
14. hét	Összefoglalás, prezentációk

## SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

A féléves aláírás feltétele: a beadandó feladatok elkészítése

### Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladatok	30 pont (15 pont rövid feladatok, 15 pont beadandó dolgozat)
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

### Kötelező irodalom:

Hofmeister-Tóth Ágnes (2003): Fogyasztói magatartás, Aula Kiadó

Töröcsik Mária (2006): Fogyasztói magatartástrendek, Akadémiai Kiadó

Töröcsik Mária (2007): Vásárlói magatartás, Akadémiai Kiadó

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

Sas István (2006): Reklám és pszichológia, Kommunikációs Akadémiai Könyvtár.