

Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Kaposvár, Guba Sándor u. 40.

TEMATIKA ÉS KÖVETELMÉNYRENDSZER

Tantárgy neve: Marketingkutatás

Tantárgy kódja(i): 3BN-GM

Képzési szint: FOSZK/alapképzés/mesterképzés

Szak(ok) neve(i): gazdasági és vidékfejlesztési mérnök

Tagozat: nappali/levelező

Óraszám (ea/gy): 2+1

Értékelési forma: kollokvium/gyakorlat

Tantárgyfelelős oktató: Dr. Sente Viktória

Előadás- és gyakorlatvezető oktatók: Dr. Sente Viktória

Tantárgyat gondozó tanszék neve: Marketing és Kereskedelem

Tanszékvezető neve, beosztása: Dr. Szigeti Orsolya

A tematika és követelményrendszer érvényessége: 2015/2016 tanév II. félév

A tantárgy céljai:

A képzés célja olyan marketing szakemberek képzése, akik a marketingkutatás elméleti, módszertani alapjait olyan szinten ismerik, hogy az üzleti élet különböző területein felmerülő marketing problémák marketingkutatási kérdéseire megoldást tudnak adni.

Követelmények és az értékelés módja:

A félév elismerésének feltétele a PSPP program elsajátítása annak használatával egy önálló kutatás elkészítése, valamint eredményeinek bemutatása prezentáció formájában. Az érdemjegyet 50%-ban a prezentáció, 50%-ban pedig a félév végén egy írásbeli dolgozat eredménye határozza meg. Mindkét számonkérési forma esetén elérendő az elégséges eredmény, ami a félév végi aláírás alapfeltétele. Az összesített pontszám alapján történik a végső érdemjegy kialakítása (60%-tól 2, 70%-tól 3, 80%-tól 4, 90%-tól 5).

A tantárgy témakörei:

SSZ.	ÓRA TÍPUSA	ELŐADÁS TÉMA	SZEMINÁRIUM TÉMA
1.	előadás szeminárium	A marketingkutatás fogalma, folyamata és típusai.	Marketingkutatás típusai a gyakorlatban – esetpéldák.
2.	előadás szeminárium	Problémamegoldás, kutatási kérdés és a hipotézis állítás	Önálló témákhoz kutatási terv alapjainak kidolgozása.
3.	előadás szeminárium	Szekunder kutatás.	Szövegközi irodalom és az irodalomjegyzék összeállítás szabályai.
4.	előadás szeminárium	Kutatási terv I. – kvalitatív kutatás.	Fókuszcsoporthoz interjú a gyakorlatban.
5.	előadás szeminárium	Kutatási terv II. – kvantitatív kutatás.	Kvantitatív kutatások keresése, értékelése.
6.	előadás szeminárium	Megfigyelés és a kísérlet.	Példák a kísérletre és a megfigyelésre a gyakorlatból. Szemkamerás kísérlet.
7.	előadás szeminárium	Kérdőív-szerkesztés alapjai.	Önálló kérdőív összeállítása.
8.	előadás szeminárium	Próbakérdés elmélete és gyakorlata.	Saját kérdőívek tesztelése.
9.	előadás szeminárium	Kutatási terv – mintavétel.	Mintavétel a gyakorlatban, terepmunka.
10.	előadás szeminárium	Számítógépes programok alkalmazása a marketingkutatásban, az SPSS program.	Adatrögzítés és adatelemezés konkrét példán keresztül.
11.	előadás szeminárium	Számítógépes programok alkalmazása a marketingkutatásban, az SPSS program.	Adatrögzítés és adatelemezés konkrét példán keresztül II.
13.	előadás szeminárium	Kutatási tanulmány készítésének fő tudnivalói	Prezentáció összeállításának tudnivalói
14.	előadás szeminárium	Hallgatói prezentációk.	Hallgatói prezentációk.

Szakirodalom

kötelező irodalom

Előadások anyaga

Tamus Antalné: Marketingkutatás gyakorlata. Saldo, Budapest, 2011

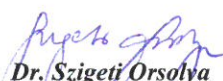
ajánlott irodalom

Hoffmann I-né, Kozák Á., Veres I.: Piackutatás. Műszaki Kiadó, 2001. ISBN: 963-16-3064-1

Élelmiszer, Termékmix, Mai Piac és a Marketing & Menedzsment c. folyóiratok

Kaposvár, 2016. január 12.


Dr. Szente Viktória
egyetemi docens


Dr. Szigeti Orsolya
tanszékvezető, egyetemi docens