Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar

Kaposvár, Guba Sándor u. 40.

***Tematika és követelményrendszer***

***Tantárgy neve: Marketingkutatás***

***Tantárgy kódja(i): 3BN-KM***

***Képzési szint:*** *FOSZK/alapképzés/mesterképzés*

***Szak(ok) neve(i):*** *kereskedelem és marketing*

***Tagozat:*** *nappali/levelező*

***Óraszám (ea/gy): 2+2***

***Értékelési forma:*** *kollokvium/gyakorlat*

***Tantárgyfelelős oktató: Dr. Szente Viktória***

***Előadás- és gyakorlatvezető oktatók:*** *Dr. Szente Viktória, Dr. Böröndi-Fülöp Nikoletta*

***Tantárgyat gondozó tanszék neve:*** *Marketing és Kereskedelem*

***Tanszékvezető neve, beosztása:*** *Dr. Szigeti Orsolya*

***A tematika és követelményrendszer érvényessége:*** *2014/2015 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 az SPSS program elsajátítása annak használatával egy önálló kutatás elkészítése, valamint eredményeinek bemutatása prezentáció formájában. Az érdemjegyet 50%-ban a prezentáció, 50%-ban pedig az írásbeli vizsga eredménye határozza meg. Az elégséges szint teljesítéséhez min. 60% szükséges.

***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. | Fókuszcsoportos 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 | Kérdőívszerkesztés alapjai. | Önálló kérdőív összeállítása. |
| 8. | előadás  szeminárium | Próbakérdezés 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

# Malhotra, N.: Marketingkutatás. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. ISBN: 978-963-05-8648-1978-963-05-8646-1

*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, 2015. január 23.

***Dr. Szente Viktória Dr. Szigeti Orsolya***

*egyetemi docens tanszékvezető, egyetemi docens*