



**TANTÁRGYI ADATLAP**

**ALKALMAZOTT PSZICHOLÓGIA**

**BMEGT52M703**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

ALKALMAZOTT PSZICHOLÓGIA

### Azonosító

BMEGT52M703

### A tantárgy jellege

kontaktórás tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	2
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

### Tanulmányi

teljesítményértékelés  
(minőségértékelés)

### típusa

vizsga  
érdemjegy

### Kreditszám

5

### Tantárgyfelelős

<i>Neve</i>	<i>Beosztása</i>	<i>Email címe</i>
-------------	------------------	-------------------

Dr. Juhász Márta	egyetemi docens	juhasz.marta@gtk.bme.hu
------------------	-----------------	-------------------------

### Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység

Ergonómia és Pszichológia Tanszék

### A tantárgy weblapja

<https://edu.gtk.bme.hu>

### A tantárgy oktatásának nyelve

magyar - HU

### A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott fél éve

### Közvetlen előkövetelmények

*Erős* Nincs

*Gyenge* Nincs

*Párhuzamos* Nincs

*Kizáró feltételek* Nincs

### A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2024.12.11.) az 581478/13/2024 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2024.12.11-től.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

### Célkitűzések

A tantárgya célja, hogy bemutassa a pszichológia marketing gyakorlatban való alkalmazásának lehetőségeit. Az egyének és csoportok társas magatartását meghatározó jelenségeket, folyamatokat, és mozgatórugókat összekapcsolja olyan helyzetekkel, amelyek a marketing területén gyakorló szakembereknek relevánsak. Célja, hogy a marketing ismereteket kiegészítse olyan pszichológiai ismeretekkel, amik lehetővé teszik, hogy felismerje és magyarázni és tervezni tudja a marketing üzenetek által kiváltott reakciókat, hatásokat.

### Tanulmányi eredmények

#### Tudás

1. A hallgató megismeri a marketing szakterülethez szervesen kapcsolódó alkalmazott szociálpszichológiai, termékpszichológiai, és reklámpszichológiai ismeretek alapjait, azok határait és követelményeit.
2. A hallgató ismereteket szerez az előző pont témáinak marketing célú implementálási lehetőségeiről.
3. A hallgató az alkalmazott pszichológiai ismeretek elmélyítésével képes lesz tudatosabban reagálni a marketing pszichológiai szempontból releváns kihívásaira.

#### Képesség

1. A hallgató képessé válik gyakorlati problémák tapasztalati úton való megoldásán keresztül új ismeretek elsajátítására, egyéni és team munkában egyaránt.
2. A hallgató képes lesz tudatosabban alkalmazni marketingkommunikációs és társas interakciókhoz szükséges képességeit.

#### Attitűd

1. Együttműködik az ismeretek bővítése során az oktatóval és hallgató társaival.
2. Folyamatos ismeretszerzéssel bővíti tudását.
3. Nyitott az információtechnológiai eszközök használatára.
4. Interdiszciplináris nézőpontból tekint a bemutatott jelenségekre és magyarázó elméletekre.
5. Ezeken felül nyitott a marketing ismereteit az egyéni és társas pszichés folyamatok szempontjából értelmezni.

#### Önállóság és felelősség

1. Önállóan végzi az előadás témáit reszeltessen kibontó szakirodalmak feldolgozását
2. Nyitottan fogadja a megalapozott kritikai észrevételeket.
3. Egyes helyzetekben – csapat részeként – együttműködik hallgatótársaival a feladatok megoldásában.

### Oktatásmódszertan

Előadások, kommunikáció írásban és szóban, IT eszközök és technikák használata.

### Tanulástámogató anyagok

- Smith, E. R. és Mackie, D. M. (2001) Szociálpszichológia. Budapest: Osiris Kiadó.
- Becker Gy. És Izsó L. (2011) Termékélmény. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Sas István (2018) Reklám és pszichológia a webkorszakban - Upgrade 4.0 - A kiegyezés kora. Budapest: Kommunikációs Akadémia
- Letölthető anyagok: <https://edu.gtk.bme.hu/> weboldalon

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése évvégi írásbeli teljesítménymérés (összegző tanulmányi teljesítményértékelés) alapján történik.

### Teljesítményértékelési módszerek

A. Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: Nincs B. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés: Összegző tanulmányi teljesítményértékelés: a tantárgy és tudás, képesség típusú kompetenciaelemeinek komplex, írásos értékelési módja vizsgadolgozat formájában, a dolgozat alapvetően a megszerzett ismeretek meglétére és azok alkalmazására fókuszál, így mind elméleti tesztfeladatokat, mind a problémafelismerő és -megoldó feladatokat meg kell oldani a teljesítményértékelés során. Az értékelés alapjául szolgáló tananyagrészt a tantárgy előadója határozza meg, a rendelkezésre álló munkaidő 60 perc.

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- szóbeli vizsga: 100

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	95
Jeles	87–100
Jó	76–86
Közepes	66–75
Elégéséges	51–65
Elégtelen	< 50

### Javítás és pótlás

1) A teljesítményértékelésekhez nem tartozik szorgalmi időszakban végzett követelmény. 2) A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés javítása és pótlása a TVSZ szerint történik.

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	24
vizsgafelkészülés	126
összesen	150

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőlet véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2024. 11.04-én. Érvényes 2024.11.04-től.

# III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

## TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

### A félévben sorra vett témák

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények eléréséhez a tantárgy a következő tematikai blokkokból áll. Az egyes félévekben meghirdetett kurzusok sillabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok mentén.

- 1 Személypercepció
- 2 Csoportok észlelése és csoportműködés
- 3 Társas identitás
- 4 Attitűdök és viselkedés
- 5 Attitűd változtatás
- 6 Csoportnorma és konformitás, befolyásolás a csoportban
- 7 A reklám lelke
- 8 A reklám ára
- 9 Reklám és internet
- 10 A reklám látszik
- 11 Sebezhetőségünk
- 12 A reklámügynökség

### További oktatók

Dr. Zétényi Tamás címzetes egyetemi docens zetenyi.tamas@gtk.bme.hu

Balogh Péter Zoltán mesteroktató balogh.peter.zoltan@gtk.bme.hu

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Tantárgyi adatlap I. és II. részén túli III. részét az érintett szak(ok) szakfelelőse(i)vel való egyeztetés alapján az 1.8. pontban megjelölt Ergonómia és Pszichológia Tanszék vezetője hagyja jóvá.