TANTÁRGYI ADATLAP

Marketingkutatás és adatvezérelt döntéshozatal

BMEGT20MS51000-00

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve
Marketingkutatás és adatvezérelt döntéshozatal

Azonosító	BMEGT20MS51000-00

A tantárgy jellege
kontaktórás tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

Típus	*óraszám*
Előadás	1
Gyakorlat	1
Laboratórium	0

Tanulmányi teljesítményértékelés (minőségértékelés) típusa
vizsgaérdemjegy

Kreditszám
5

Tantárgyfelelős

Neve	*Beosztása*	*Email címe*
Dr. Kovács Stefan	egyetemi docens	kovacs.stefan@gtk.bme.hu

Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység
Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék

A tantárgy weblapja
https://edu.gtk.bme.hu

A tantárgy oktatásának nyelve
magyar - HU

A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve
Szak: **Marketingstratégia és -innováció mesterszak MSc**
Tantárgy szerepe: **Kötelező**
Ajánlott félév: **1**

Közvetlen előkövetelmények

Erős	Nincs
Gyenge	Nincs
Párhuzamos	Nincs
Kizáró feltételek	Nincs

A tantárgyleírás érvényessége
Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2026.05.27.) az 580389/21/2026 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2026.05.27-től.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A tárgy célja: megismertetni a hallgatókat a marketingkutatás alapvető elméleti és gyakorlati kérdéseivel, valamint az adatvezérelt döntéshozatal szemléletével és alkalmazási lehetőségeivel. A hallgatók átfogó képet kapnak a marketinginformációk szerepéről, az adatgyűjtés hagyományos és digitális módszereiről, az adatok értelmezésének és elemzésének alapjairól, továbbá arról, hogyan használhatók fel ezek az információk megalapozott marketing- és üzleti döntések előkészítéséhez. A tárgy kiemelten foglalkozik a kutatási folyamat tervezésével, a megfelelő módszertan kiválasztásával, az adatokból nyerhető következtetések levonásával, valamint az eredmények gyakorlati hasznosításával. Az elméleti megközelítések és szakirodalmi ajánlások mellett hangsúlyos szerepet kap a gyakorlati alkalmazás, különösen a piaci problémák elemzése, a döntéstámogatás és az adatokra épülő marketinggondolkodás fejlesztése.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Ismeri azokat az elveket, amely mentén a vállalati döntéseket támogató marketinginformációs és -tudásrendszer felépíthető, ismeri piackutatásban alkalmazott alapvető és haladó elemzési módszereket, a kutatási eredményeket, információkat összefüggéseiben értelmezi.
2. Átlátja, hogy az egyes marketing-részterületek milyen szerepet töltenek be az értékteremtő folyamatokban, és érti, hogy a digitalizációnak milyen szerepe van az egyes marketing-részterületek eredményességében.
3. Tisztában van a vevőérték és a vállalati érték fogalmával, a vevőérték mérési módszereivel és vevőorientációt támogató folyamatokkal és szervezeti formákkal.

Képesség

1. Marketing- és egyéb vállalati funkciókat támogató marketinginformációs és -tudásrendszert tervez és koordinál.
2. A marketing területén adatvezérelt döntéseket hoz és rutinszerűen valósít meg piackutatási projekteket.

Attitűd

1. Kritikusan viszonyul saját, illetve a beosztottak munkájához és magatartásához, innovatív és proaktív magatartást tanúsít a gazdasági problémák kezelésében, nyitott és befogadó a gazdaságtudomány és gyakorlat új eredményei iránt.
2. Fontosnak tartja, hogy a meghozott döntések adatokkal alátámasztottak legyenek, ebből adódóan az elemzések során maximális precizitásra törekszik.
3. Nyitott a tervezői szemléletmód érvényesítésére a marketingdöntések során; egy felmerülő problémára lehetőségként tekint.

Önállóság és felelősség

1. Önállóan választja ki és alkalmazza a releváns problémamegoldási módszereket, önállóan lát el gazdasági elemző, döntés-előkészítő, tanácsadói feladatokat.
2. Bekapcsolódik kutatási és fejlesztési projektekbe, a projektcsoportban a cél elérése érdekében autonóm módon, a csoport többi tagjával együttműködve mozgósítja elméleti és gyakorlati tudását, képességeit.
3. Szakmai előadásai, megszólalásai során a helyzethez illő módon, a hallgatóság igényeinek és elvárásainak figyelembevételével önállóan tervezi meg kommunikációját.

Oktatásmódszertan

Előadások, kommunikáció írásban és szóban, IT eszközök és technikák használata, önállóan és csoportmunkában készített feladatok, munkaszervezési technikák

Tanulástámogató anyagok

- Kovács S.: Marketingkutatás és adatvezérelt döntéshozatal, oktatási segédanyag. 2026
- További letölthető oktatási segédletek

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése év végi írásbeli teljesítménymérés (összegző tanulmányi teljesítményértékelés),
illetve beadandó-házi feladat alapján történik.

Teljesítményértékelési módszerek

A szorgalmi időszakban a hallgatók teljesítményének értékelése beadandó-házi feladat alapján történik. A vizsgaidőszakban a hallgatók teljesítményének értékelése írásbeli vizsga alapján történik.

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- **Beadandó-házi feladat**: 40
- **Összesen**: 40

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- **Vizsga**: 60
- **Összesen**: 60

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Az aláírás megszerzésének követelménye a beadandó-házi feladat elkészítése (legalább 20 pont elérése a maximum 40-ből).

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	91
Jeles	87-90
Jó	75-86
Közepes	62-74
Elégséges	50-61
Elégtelen	0-49

Javítás és pótlás

A szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelés (beadandó-házi feladat) egyszer pótolható. A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés
javítása és pótlása a TVSZ szerint történik.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	16
gyakorlat	12
beadandó-házi feladat készítése	30
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	45
vizsgafelkés zülés	47
összesen	150

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselet véleményezése után jóváhagyta dr. Szandi-Varga Péter oktatási dékánhelyettes 2026.05.04-én. Érvényes 2026.05.04-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 szillabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok szerint.

1 Bevezetés a marketingkutatásba és az adatvezérelt döntéshozatalba
2 A marketinginformációs rendszer és a kutatási folyamat tervezése
3 Szekunder kutatás és digitális adatforrások elemzése
4 Kvalitatív kutatás és annak alkalmazása a döntés-előkészítésben
5 Új kvalitatív módszerek és online kutatási megoldások
6 Leíró kutatási módszerek: megkérdezés, megfigyelés és digitális adatgyűjtés
7 Kísérletek, tesztelés és oksági összefüggések vizsgálata
8 Mérés, skálaképzés és kérdőívszerkesztés
9 Mintavétel, adatminőség és kutatási megbízhatóság
10 Adatelemzés, adatok értelmezése és következtetések levonása
11 A kutatási eredmények üzleti alkalmazása és döntéstámogatás
12 Gyakorló feladatok, esetelemzések és kutatási projektprezentációk

További oktatók

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 Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék vezetője hagyja jóvá.