



TANTÁRGYI ADATLAP

FOGYASZTÓI ÉS VÁSÁRLÓI MAGATARTÁS

BMEGT20ML51

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

FOGYASZTÓI ÉS VÁSÁRLÓI MAGATARTÁS

Azonosító BMEGT20ML51

A tantárgy jellege

kontaktórás tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

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

Tanulmányi

teljesítményértékelés
(minőségértékelés)

típusa

vizsgaérdemjegy

Kreditszám

5

Tantárgyfelelős

Neve *Beosztása* *Email címe*

Dr. Bíró-Szigeti Szilvia egyetemi docens szigeti.szilvia@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: **Marketing MSc 2017/18/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **2**

Szak: **Marketing MSc 2019/20/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **2**

Közvetlen előkövetelmények

Erős Nincs

Gyenge Nincs

Párhuzamos Nincs

Kizáró feltételek Nincs

A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2018.08.29.) az 580.450-2/2018. iktatószámmon hozott 4. számú határozatával, amely érvényes 2018.08.29 -től.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A környezeti változások kontextusában bemutatni a fogyasztói magatartás új mintázatait, és ezek marketing kihatásait. Komplex áttekintést nyújtani a mai fogyasztók magatartását befolyásoló tényezőkről, valamint a vásárlási döntési folyamat mechanizmusáról, új jelenségeiről.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. A tantárgy sikeres teljesítésével a hallgatók rálátást szereznek a fogyasztói és vásárlói magatartás elemzési szempontjaira. Képesé válnak strukturáltan megközelíteni és vizsgálni a fogyasztói döntéseket befolyásoló külső és belső tényezőket, és ehhez adaptálni a korszerű marketingkutatói módszereket.

Képesség

1. A hallgatók átlátják más tudományterületek (pl. pszichológia, szociológia) ismeretanyagának, modelljeinek alkalmazási lehetőségeit a fogyasztói magatartás mind jobb megismerése érdekében.

Attitűd

1. A hallgatók nyitottá válnak a vevőismeret marketing döntésekbe való beépítésére mind stratégiai, mind operatív szinten.

Önállóság és felelősség

1. A hallgatók képesek javaslatokat megfogalmazni a vevőismereten alapuló korszerű marketing megoldásokra vonatkozóan.

Oktatásmódszertan

Előadások, önállóan és csoportmunkában készített feladatok.

Tanulástámogató anyagok

- Dr. Petruska Ildikó: Fogyasztói és vásárlói magatartás. Oktatási segédanyag. 2019.
- Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék: Marketing – Fókuszban a termék, Typotex Kiadó, 2017
- 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. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: 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

- összegző tanulmányi teljesítményértékelés (vizsga): 100%
- összesen: 100%

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- :

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	95
Jeles	87–94
Jó	75–86
Közepes	63–74
Elégéséges	50–62
Elégtelen	49

Javítás és pótlás

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

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	12×2=24
vizsgafelkészülés	126
összesen	150

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőlet véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 20.-n, érvényes 20.... -tól.

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 szerint.

- 1 Napjaink fogyasztói
- 2 A trendhatások szerepe
- 3 Kulturális befolyásoló tényezők
- 4 Társadalmi és csoporthatások, személyes interakciók
- 5 Személyes befolyásoló tényezők
- 6 Motiváció és fogyasztói magatartás
- 7 A személyiség és énkép szerepe
- 8 Attitűd és értékek
- 9 Észlelés és tanulás
- 10 A vásárlási döntési folyamat változásai
- 11 A vásárlási döntési folyamat elemei I.
- 12 A vásárlási döntési folyamat elemei II.

További oktatók

Dr. Petruska Ildikó egyetemi docens petruska.ildiko@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 Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék vezetője hagyja jóvá.