



# **TANTÁRGYI ADATLAP SUBJECT DATASHEET**

## **APPLIED PSYCHOLOGY**

### **BMEGT52M703**

# I. COURSE DESCRIPTION

## 1. SUBJECT DATA

### Course name

APPLIED PSYCHOLOGY

### Course code

BMEGT52M703

Course type contact lessons

### Kurzustípusok és óraszámok

<u>Type</u>	<u>Lessons</u>	<u>Type of assessment</u>	<u>Number of credits</u>
Lecture	2	exam	
Practice	0		
Laboratory	0		5

### Course leader

<u>Name</u>	<u>Position</u>	<u>Email adress</u>
Dr. Hámornik Balázs Péter	assistant professor	hamornik.balazs@gtk.bme.hu

### Organizational unit for the subject

Department of Ergonomics and Psychology

### Subject website

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

### Language of teaching

magyar - HU

### Curriculum role of the subject, recommended semester

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

Subject Role: **Kötelező**

Recommended semester: **3**

---

### Pre-requisites

*strong* Nincs

*weak* Nincs

*paralell* Nincs

*exclusive* Nincs

### 1.13 A tantárgyleírás érvényessége / Validity of the Subject Description

Approved by the Faculty Board of the Faculty of Economic and Social Sciences in 24 Jun 2020. Valid from 1 Sep 2020.

Approved by the Faculty Board of the Faculty of Economic and Social Sciences in 24 Jun 2020. Valid from 1 Sep 2020.

## 2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

### Objectives

The aim of the course is to introduce students to the possible application of psychology in marketing practice. Targeting the future marketing experts, the course connects relevant individual and team behavior phenomena, processes, and causes to situations marketers face. It aims to complete the marketing knowledge with psychology contents that enable future marketers to identify, explain, and design the reactions to marketing messages.

### Learning outcomes

#### Knowledge

1. The student will learn the applied social psychology, product psychology, advertising psychology knowledge relevant to her field.

#### Ability

1. The student will be capable for acquiring new knowledge through solving real-life situations individually in and team.

#### Attitude

1. Cooperates with the lecturer and other students throughout the learning process.
2. Completes her knowledge by continuous learning.
3. Open to use ICT tools.
4. Approaches the phenomena and theories from an interdisciplinary perspective.
5. Open to interpret her marketing knowledge from the perspective of individual and social psychological processes.

#### Autonomy and responsibility

1. Processes the literature deepening the lessons contents individually.
2. Open for well-established critics and feedback.
3. As a member of a team, in certain situations, cooperates with fellow-students to complete tasks.

### Methodology of teaching

Lectures, oral and written communication, use of IT tools and techniques.

### Materials supporting learning

- 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. SUBJECT REQUIREMENTS

## TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

### General Rules

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

### Performance evaluation methods

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.

### Proportion of performance evaluations performed during the diligence period in the rating

- :

### Proportion of examination elements in the rating

- szóbeli vizsga: 100%
- összesen: 100%

### The condition for obtaining the signature, validity of the signature

#### Grading

Excellent	
Very good	87–100
Good	76–86
Satisfactory	66–75
Pass	51–65
Fail	< 50

#### Correction and retake

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

#### Study work required to complete the course

2 12  
126  
150

#### Approval and validity of subject requirements

# III. COURSE CURRICULUM

## THEMATIC UNITS AND FURTHER DETAILS

### Topics discussed during the semester

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

- 1 Csoportészlelés, Csoportidentitás 1.
- 2 Csoportészlelés, Csoportidentitás 2.
- 3 Befolyásolás csoportban 1.
- 4 Befolyásolás csoportban 2.
- 5 Csoportok 1.
- 6 Csoportok 2.
- 7 Csoportmunka 1.
- 8 Csoportmunka 2.
- 9 Termékélmény – Termékpszichológia 1.
- 10 Termékélmény – Termékpszichológia 2.
- 11 Reklámpszichológia 1.
- 12 Reklámpszichológia 2.

### Lecturers participating in teaching

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

Dr. Lógó Emma adjunktus logo.emma@gtk.bme.hu

### Approval and validity of subject requirements