

Óbudai Egyetem Alba Regia Műszaki Kar		Nappali tagozat 2024/25. tanév 2. félév		
<b>Tantárgy neve és kódja:</b> <b>AMEPK4KBLF Piackutatás és adatelemzés</b> <b>Kreditérték: 4</b>				
Szakok, melyeken a tárgyat oktatják: Gazdálkodás és menedzsment				
Tantárgyfelelős oktató:	Dr. habil. Garai-Fodor Mónika		Oktatók: Dr. Pogátsnik Monika; Dr. habil. Garai-Fodor Mónika	
Előtanulmányi feltételek: nincs				
Heti óraszámok:	Előadás: 2	Tantermi gyak.: 2	Laborgyakorlat:	Konzultáció:
Számonkérés módja (s,v,f):	vizsga			
<b>A tananyag</b>				
<i>Oktatási cél:</i> Az információk gyűjtéséhez, feldolgozásához és elemzéséhez szükséges módszerek elsajátítása. A marketing információs rendszer megismerése. A szakdolgozat előkészítéséhez elengedhetetlen bemeneti tárgy, amely lefedi a szekunder és a primer kutatásokat, ezek gyakorlati módszerei tér ki. A hallgatók a félév során elsajátítják a szekunder és a primer adatfelvételek módszereit. Csoportban írnak kutatási briefet és kutatási tervet, majd csoportosan végeznek kvalitatív és kvantitatív kutatást. A tematika kiter a megfigyelési módszerek esetében külön a Mytery Shoppingra, amelyben egyéni feladat végzendő.				
<i>Tematika:</i>				
<b>Témakör</b>				
Előadások/Gyakorlatok:				
A piackutatás és marketing kutatás megkülönböztetése, a szekunder kutatás alapjai, a brief alapjai, a brief feladat elkezdése, a kutatási témák pontosítása				
A kvalitatív kutatás alapjai, módszerei. A kvalitatív kutatás vezérfonala a guide. A kvalitatív guide-ok összeállításának megkezdése, felkészülés az egyéni interjúk elkészítésére				
A megfigyelési módszerek, (szemkamera, Mystery Shopping)				
A kvantitatív módszerek, survey megközelítés, kérdőív készítés, skálák használata. Kvantitatív kérdőív összeállítása, programozása. Kvantitatív adatbázis elkészítése.				
Záró kutatási prezentációk				
<b>Félévközi követelmények</b>				
<b>AZ ÓRÁK LÁTOGATÁSA KÖTELEZŐ!</b>				
Aláírás feltétele:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Az előadás estében: a blended e-learning anyagok elsajátítása és a tesztek kitöltése.</li> <li>• Az aláírás feltétele a szemináriumokon való részvétel (hiányzás a HKR szerint max. 30%), a szemináriumi feladatok (órai aktivitás) és a három projektfeladat határidőre történő teljesítése. Az aláírás további feltétele, hogy a második hét végére a hallgatónak legyen csapata.</li> <li>• Az első órákon piackutatási briefet kell írniuk a hallgatóknak, a megadott szempontok alapján, majd elkészíteni a kvalitatív kutatás vezérfonalát (guide) és az abból kapott adatok elemzését. A záró feladat a kvantitatív kutatás kérdőívének elkészítése és abból Excel adatbázis alapján Power Point prezentációnak az elkészítése. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ A brief leadási formátuma: Word</li> <li>○ A guide leadási formátuma: Word</li> <li>○ A kvalitatív összefoglaló leadási formátuma: PPT</li> <li>○ A kvantitatív kérdőív leadási formátuma: Word, majd online programozva (pl. Google form)</li> <li>○ A kvantitatív adatbázis leadási formátuma: Excel</li> <li>○ A kvantitatív összefoglaló leadási formátuma: PPT</li> </ul> </li> <li>• Az órákon 2 gyakorlati zh kerül megírásra (Mystery Shopping és kérdőív javítás).</li> </ul>			

A vizsga módja (írásbeli, szóbeli, teszt, stb): szóbeli

<b>Irodalom:</b>	
Kötelező:	<ul style="list-style-type: none"><li>• Piackutatás e-learning tananyag</li><li>• Veres-Hoffmann-Kozák (2016): Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó, Budapest, 1-262. oldal</li></ul>
Ajánlott:	<ul style="list-style-type: none"><li>• Naresh K. Malhotra - Simon Judit (2009): Marketingkutató, Akadémiai Kiadó Zrt. 832. o.</li></ul>