

Óbudai Egyetem				
Alba Regia Műszaki Kar				
Tantárgy neve és kódja: Fogyasztói magatartás és szervezeti piacok AMEFM4KBNF				
Kreditérték: 4				
Nappali/Levelező tagozat 2024/2025. tanév 2. félév				
Szakok, melyeken a tárgyat oktatják:				
Tantárgyfelelős oktató:	Dr. habil. Garai-Fodor Mónika	Oktatók:	Seres Mónika	
Előtanulmányi feltételek: (kóddal)	nincs			
Heti óraszámok:	Előadás: 2	Tantermi gyak.:2	Laborgyakorlat:	Konzultáció:
Számonkérés módja (s,v,f):	vizsga			
A tananyag				
<p><i>Oktatási cél:</i> A hallgatók a tantárgy keretében átfogó képet kapjanak a vásárlói döntést befolyásoló tényezők rendszeréről, összefüggéseiről, a vásárlói döntési mechanizmusról. A hallgatók ismerjék meg a fogyasztás és vásárlás kategóriáit, a fogyasztói- és vásárlói-magatartáskutatás főbb irányzatait, az aktuális fogyasztói trendeket, a vásárlói magatartás különböző modelljeit.</p>				
<p><i>Tematika:</i></p> <p>A félév során két ZH-t írnak a hallgatók (szeminárium idejében Moodle-on keresztül)</p> <p>A gyakorlatokon az elearning szerinti esettanulmányok feladatait csoportosan teljesítik Szemináriumokon kiadott feladatokat teljesítenek (csoportos és egyéni formában, mindig az adott szemináriumon elhangzottak szerint) Csoportos projektfeladatot valósítanak meg Csoportos projekt feladat leírása:</p> <p>A feladatot maximum 5 fős csoportban teljesíthetik a hallgatók. Releváns, időszerű szekunder adatfeldolgozás egy szabadon kiválasztott fogyasztói trendhez, fogyasztói jelenséghez, szokásokhoz kötődően.</p> <p>Tartalom: Fogyasztói, vásárlói trendek, tendenciák, preferencia rendszerek elemzése, keresleti és kínálati piaci kitekintés. Konklúziók levonása. Fontos a pontos forrásjelölés! (Hazai és nemzetközi print és online adatok felhasználhatók.)</p> <p>5-6 oldal Word dokumentumban, 10 -12 slide 10 perc/ csoport a prezentáció (minden csoporttag közreműködésével, szabad előadás formájában)</p> <p>A projektmunkákat minden esetben Word formátumban, és a hozzájuk kapcsolódó prezentációt ppt-ben készítik el a hallgatók és töltik fel a tárgyhoz tartozó gyakorlati órák Moodle felületre. Csoportonként egy embernek kell feltöltenie. A projektmunkát és az esettanulmányokhoz kötődő feladatokat javítani, pótolni nem lehet!</p> <p>Az esettanulmányokat a tanterv szerinti határidőben kell előadni szemináriumokon és ppt ben fel kell tölteni a tárgyhoz tartozó gyakorlati órák Moodle felületre.</p> <p>A projektmunka formai követelményei:</p> <p>Times New Roman betűtípus, 13-as betűnagyság, simla sortáv, sorkizárt szerkesztés.</p> <p>A dolgozatok legeleje a fedőlap. Ezen szerepelni kell: közepén: téma megnevezése, jobb alsó sarok: készítő neve; Neptun kódja, a szak pontos megnevezése, beadás dátuma.</p> <p>A felhasznált forrásmunkákról minden esetben korrekt irodalomjegyzéket kell készíteni és a szövegközben is korrekten kell hivatkozni! A dolgozathoz a szükséges mellékleteket minden esetben csatolni kell.</p> <p>Az aláírás feltétele a szemináriumokon való részvétel (hiányzás a TVSZ szerint), az esettanulmányokhoz kötődő feladatok és a projektfeladat határidőre történő teljesítése.</p> <p>A teljesítés és a számonkérés követelményei az oktatás formájának módosulása függvényében változhatnak!</p>				

Témakör	Óraszám
Előadások/Gyakorlatok:	
Bevezetés a fogyasztói magatartásba. A fogyasztói magatartás elméleti megközelítése. A tantárgyi követelmények ismertetése.	2+2+
A fogyasztói magatartást befolyásoló kulturális tényezők. A fogyasztói magatartás trendjei. Csoportalakítás, témaválasztás	2+2
Társadalom, társadalmi csoportok, életstílus. Esettanulmány: kulturális tényezők, társadalmi csoportok fogyasztói magatartásra gyakorolt hatásai	2+2
Társadalmi tényezők: a csoport. Társadalmi tényezők: család, háztartás. Esettanulmány: A társadalmi tényezők a fogyasztói magatartásban	2+2
Társadalmi tényezők statikus családelmélet, a gyerek megváltozott szerepe	2+2
Pszichológiai tényezők: személyiség, énkép. Esettanulmány: a pszichológiai tényezők fogyasztást befolyásoló hatásai	2+2
Pszichológiai tényezők: emóció, motiváció. Esettanulmány: Az emóció és a motiváció fogyasztói magatartásra gyakorolt hatása	2+2
Motivációkutatás: motivációs elméletek. Esettanulmány: A vásárlási döntés és a vásárlói magatartás típusainak megismerése	2+2
Az attitűd és az imázs. Esettanulmány: az attitűd és az imázs fogyasztást és vásárlást befolyásoló szerepe	2+2
A tanulás és a tanulásméletek	2+2
Vásárlási döntés és a vásárlói magatartás típusai. A fogyasztói magatartás trendjei.	2+2
Prezentációk	2+2
Prezentációk	2+2
Prezentációk	2+2
Félévközi követelmények	
AZ ELŐADÁSOK LÁTOGATÁSA KÖTELEZŐ!	
<p>A vizsga módja (írásbeli, szóbeli, teszt, stb):</p> <p>A vizsgajegy kialakítása:</p> <p>évközi két zh: 20%-20%= 40%</p> <p>évközi projekt feladat dolgozata és prezentációja: 40%</p> <p>esettanulmányokhoz kötődő feladatok, évközi munka: 20%</p> <p>Összesen 100%</p> <p>A vizsgajegyek meghatározás a TVSZ szabályai szerint történik.</p>	

<p>Irodalom:</p> <p>Fodor M.- Fürediné K. A.- Horváth. Á: Fogyasztói magatartás egyetemi tankönyv Gödöllő, 2011</p> <p>Töröcsik Mária: Vásárlói magatartás Akadémia Kiadó, 2006.</p> <p>Töröcsik Mária: Fogyasztói magatartás Insight, trendek, vásárlók Akadémia Kiadó, 2011.</p> <p>Hofmeister Tóth Ágnes: Fogyasztói magatartás, Aula Kiadó 2003.</p> <p>Töröcsik Mária: Fogyasztói magatartás trendek, KJK Kerszöv, 2003.</p> <p>Aktuális cikkek, esettanulmányok a Marketing&Menedzsment, a Kreatív, a Figyelő és a HVG szakfolyóiratokban.</p>
