

## Fogyasztói Magatartás

c. tárgyból  
Gazdaságtudományi Kar, GTMSK136B  
GTMSK103B, II. évfolyam hallgatói számára

Dátum	Előadás témája
1. szeptember 7.	Bevezetés a fogyasztó magatartás elemzésébe
2. szeptember 14.	A fogyasztó, mint döntéshozó - A vásárlási döntés és annak befolyásoló tényezői. A döntési típusok.
3. szeptember 21.	Észlelés, érzékelés, percepció.
4. szeptember 28.	Tanulás és tanulási elméletek, illetve azok felhasználása a marketingben.
5. október 5.	Motiváció, érintettség.
6. október 12.	Személyiség
7. október 19.	Tanulási elméletek
8. október 26.	Attitűd
9. november 2.	Kultúra, szimbólumok, értékek szerepe és mérése
10. november 9.	Társadalmi szerkezet, életstílus és annak kutatásai (VALS, 4CS)
11. november 16.	Csoport, referenciacsoport Szerepek, státusz
12. november 23.	A család szerepe a fogyasztói döntésekben Nemek szerepe - gyermekek a vásárlói szituációban Demográfiai tényezők hatásai - generációs döntések
13. november 30.	ZH
14. december 7.	Fogyasztói magatartás trendek - nemzetközi trendek (pl. szinglik) A fizikai szituáció - vásárlás helye és a vásárlói magatartás befolyásolása A közvetlen kommunikációs szituáció és a vásárlói döntés. Üzletválasztás.

**Követelmény:**

- Zárthelyi dolgozat.

**Kötelező irodalom:**

- Hofmeister Tóth Ágnes: Fogyasztói magatartás Aula 2003.
- Előadások anyaga, cikkgyűjtemény (szerk. Dr. Nagy Szabolcs 2010.)

**Ajánlott irodalom:**

- Törőcsik Mária: Vásárlói magatartás, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2007.
- Törőcsik Mária: Fogyasztói magatartás trendek KJK-Kerszöv 2003.
- M. Solomon, G. Bamossy, S. Askegaard: Consumer Behaviour - A European Perspective, Pearson 2002.

Miskolc, 2010. augusztus 19.

Dr. Nagy Szabolcs  
tanszékvezető, egyetemi docens