

Fogyasztói Magatartás

c. tárgyból

Gazdaságtudományi Kar, GTMSK103BL, Ker-Mark BA II. évfolyam hallgatói számára

Dátum	Előadás témája
1.	Bevezetés a fogyasztó magatartás elemzésébe. A fogyasztó, mint döntéshozó - A vásárlási döntés és annak befolyásoló tényezői. A döntési típusok. Észlelés, érzékelés, percepció.
2.	Tanulás és tanulási elméletek, illetve azok felhasználása a marketingben. Motiváció, érintettség. Személyiség
3.	Tanulási elméletek Attitűd Kultúra, szimbólumok, értékek szerepe és mérése
4.	Társadalmi szerkezet, életstílus és annak kutatásai (VALS, 4CS) Csoport, referenciacsoport Szerepek, státusz A család szerepe a fogyasztói döntésekben Nemek szerepe - gyermekek a vásárlói szituációban Demográfiai tényezők hatásai - generációs döntések
5.	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.
6.	ZH

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