

## Marketingkutatóás c. tárgyól II. éves Gazdaságtudományi Kar Kereskedelem és marketing szakos hallgatói számára

Tárgy kódja: GTMSK104B

Dátum	Előadás témája
1. Szeptember 8.	Félév indítása, csoportkialakítás, feladatok kiadása.
2. Szeptember 15.	Marketingkutatóás fogalma, fejlődése, területei, osztályzása. A marketingkutatóás folyamata.
3. Szeptember 22.	A marketingkutatóás tervezése, kutatási terv. Szekunder marketingkutatóás.
4. Szeptember 29.	Kvalitatív marketingkutatóás I. Mélyinterjú, fókuszcsoportos kutatás.
5. Október 6.	Kvalitatív marketingkutatóás II. Kísérlet, szimuláció.
6. Október 13.	A megkérdezéses vizsgálatok lebonyolításának technikai kérdései I. A kérdőív tervezése (kérdőív típusai, kérdések típusai, skálák, rangsorolási technikák, szerkesztési szabályok)
7. Október 20.	A megkérdezéses vizsgálatok lebonyolításának technikai kérdései II. Mintavétel, adatgyűjtés, adatelőkészítés. Hatékony marketingkutatóási prezentáció és tanulmány készítése.
8. Október 27.	Adatfeldolgozás I. (eloszlás, kereszttáblák, alapstatisztikák, korreláció és regresszió, klaszteranalízis)
9. November 3.	Adatfeldolgozás II. (diszkriminancia analízis, multidimenziós skálázás, faktoranalízis, conjoint analízis)
10. November 10.	Egy kiragadott marketingkutatóási terület kutatástechnikája I. Stratégiai elemzések kutatási megalapozása, piacanalízis, szegmentáció, versenyanalízis.
11. November 17.	Egy kiragadott marketingkutatóási terület kutatástechnikája II. Versenyanalízis, vevőkutatás, árktatás, termékktatás, reklámhatékonyági vizsgálatok.
12. November 24.	Marketingkutatóó cégek, szolgáltatások. Karrierlehetőségek a marketingkutatóásban.
13. December 1.	Nemzetközi marketingkutatóás. Etikai kérdések a marketingkutatóásban.
14. December 8.	<i>Zárókonzultáció, eredmények ismertetése</i>

A félév írásbeli kollokviummal zárul.

### Követelmény:

- Részvétel az előadásokon (50%) és a gyakorlatokon (50%)
- Félévközi csoportos feladat-kidolgozásában és prezentálásában aktív részvétel

### Kötelező irodalom:

- Naresh K. Malhotra: Marketingkutatóás, Akadémiai kiadó, 2009
- Másolatban kiadott előadások és gyakorlatok anyaga

### Ajánlott irodalom:

- Ketskemény - Izsó: bevezetés az SPSS programrendszerbe, Eötvös Kiadó, 2005
- Veres - Hoffmann - Kozák: Bevezetés a piackutatóásba, Akadémiai Kiadó, 2006

Miskolc, 2009. augusztus 25.

Molnár László

	Dátum	Gyakorlat témája
1.	Szeptember 8. és 15.	Félév indítása, csoportkialakítás, feladatok kiadása.
2.	Szeptember 22. és 29.	Kutatási terv készítése, szekunder kutatás, primer kutatás, kvantitatív, kvalitatív
3.	Október 6. és 13.	Fókuszcsoportos interjúk lebonyolítása
4.	Október 20. és 27.	Kérdőív készítése, kérdőív típusok, személyes megkérdezés, on-line megkérdezés
5.	November 3. és 10.	Bevezetés az SPSS-szel történő adatfeldolgozásba
6.	November 17. és 24.	A tanulmányírás és a prezentáció készítés tudnivalói
7.	December 1. és 8.	<i>Prezentációk</i>