

Tárgy neve: Piackutatás és adatelemzés		Tárgykód: GUEPK2KBNF GUEPK2KBLF	Óraszám: nappali: 2ea+2tgy+0lab levelező: 10ea+10tgy+0lab
Kredit: 4 Követelmény: vizsga		Előkövetelmény: nincs	
Tantárgyfelelős: Prof. Dr. Garai-Fodor Mónika		Beosztás: egyetemi tanár	Kar és intézet neve: Keleti Károly Gazdasági Kar Marketing, Menedzsment és Módszertani Intézet
Ismeretanyag leírása:			
Piackutatás és marketingkutatás alapfogalmak, a MIR szerepe és helye a döntéselőkészítésben. Adat és információ, az információkkal szemben támasztott követelmények. Piackutatás eljárásainak csoportosítása az adatok forrása szerint: primer és szekunder források, jellemzőik, típusaik. Piackutatás eljárásainak csoportosítása az adatok milyensége szerint: kvalitatív és kvantitatív adatok jellemzői. Megfigyelés, típusai, jellemzői. Kísérletek típusai, jellemzői. Kvalitatív megkérdezéses eljárások típusai, jellemzői, a guide típusai, jellemzői, interjúkészítés szabályai. Kvantitatív megkérdezéses eljárások típusai, jellemzői, a sztenderdizált kérdőív készítésének szabályai. Kérdéstípusok, mérési szintek, a kérdések statisztikai feldolgozásának szabályai. A kutatási jelentés felépítése.			
A tárgy részletes leírása, ütemezés:			
Oktatási hét	Előadások és gyakorlatok témakörei		
1.	Bemutatkozás, a tárgy feltételeinek ismertetése, a felnőtt-felnőtt kommunikáció keretrendszerének megértése, a félévi követelményrendszerről való tájékoztatás, egyéni igények megbeszélése		
2.	A piackutatás és marketing kutatás megkülönböztetése, a szekunder kutatás alapjai, a brief alapjai, a brief feladat elkezdése, a kutatási témák pontosítása		
3.	Kutatók Éjszakája		
4.	A briefek, marketing és üzleti problémák átbeszélése, esetleges javítása, a kvalitatív kutatás alapjai, guide 1.		
5.	A kvalitatív kutatás 2. a guide		
6.	A kvalitatív guide-ok értékelése és véglegesítése, felkészülés az egyéni interjúk elkészítésére		
7.	A megfigyelési módszerek, (szemkamera, Mystery Shopping)		
8.	A kvalitatív eredmények prezentálása (Bsc)		
9.	A kvantitatív módszerek, survey megközelítés, kérdőív készítés		
10.	Kvantitatív kérdőív javítása, véglegesítése		
11.	Terepmunka		
12.	Kvantitatív adatbázis elkészítése, felkészülés a végső prezentációra		
13.	Záró prezentációk		
14.	Visszajelzés a félévvel kapcsolatban, esetleges pótlások		

Félévközi követelmények	
Az előadás estében: a blended e-learning anyagok elsajátítása és a tesztek kitöltése. A labor aláírás feltétele a szemináriumokon való részvétel (hiányzás a TVSZ 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. A kutatók Éjszakáján (2023. szeptember 29. 15.00 órakor F17-es) előadóban kötelező a részvétel, a nem részvétel egy hiányzásnak minősül. 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. A brief leadási formátuma: Word A guide leadási formátuma: Word A kvalitatív összefoglaló leadási formátuma: PPT A kvantitatív kérdőív leadási formátuma: Word, majd online programozva (pl. Google form) A kvantitatív adatbázis leadási formátuma: Excel A kvantitatív összefoglaló leadási formátuma: PPT Az órákon 2 gyakorlati zh kerül megírásra (Mystery Shopping és kérdőív javítás), az órai jelenlét hiányában ezek értékelése lerontja a félévi jegyet.	
Zárthelyik, jegyzőkönyvek, beszámolók stb.	
1.	
2.	
3.	
4.	
Az aláírás feltétele, vizsga jegy kialakításának módszere:	
A tárgy évközi jeggyel zárul, melyet a következők szerint tud teljesíteni: évközi két zh: 7,5-7,5% három évközi projekt (brief, guide, kérdőív ez utóbbi kettő esetében a feldolgozás is) feladat és prezentációja: 15% (brief)-30% (kvalitatív)-30% (kvantitatív)= 75% órai aktivitás: 10 % Összesen 100% A zh-kat nem lehet javítani, az évközi projektek esetében a „learning curve” elvét alkalmazva egy-egy javítás elfogadható. Az évközi projektek leadását. Késve leadott projekt lépések a félév aláírásának elvesztését jelenti.	
Az elsajátítandó szakmai kompetenciák	
- Ismeri a projektben, teamben, munkaszervezetben való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit. - Ismeri a marketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti és nonprofit szférában. Ismeri a marketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a marketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival. - Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatási feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére. - Képes a vállalati kereskedelmi és marketing adatbázisok kezelésére, a szekunder marketingkutatási információk és adatok elemzésére, a szükséges specifikus szoftverek használatára.	

- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.
- Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal.
- Előadásokat tart, vitavezetést önállóan végez. Önállóan és felelősséggel vesz részt a gazdálkodó szervezeten belüli és azon kívüli szakmai fórumok munkájában

Irodalom

Kötelező:

Piackutatás e-learning tananyag

Veres-Hoffmann-Kozák (2016): Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó, Budapest, 1-262. oldal

Ajánlott:

Naresh K. Malhotra - Simon Judit (2009): Marketingkutató, Akadémiai Kiadó Zrt. 832. o.