

Tantárgyi program

1. Alapadatok

Tantárgy kódja	Kredit	Meghirdetés féléve
MARK075NAMB	6	2024/25/2
Tantárgy neve magyarul		
Consumer Behavior		
Tantárgy neve angolul		
Consumer Behavior		
Tantárgy neve más nyelven		
Tantárgyfelelős neve		Tantárgy intézete
Török Anna		Marketing- és Kommunikációtudományi Intézet
Oktatás nyelve		Követelmény típusa
angol		Vizsga
Elmélet heti óraszám (nappali munkarend)		Gyakorlat heti óraszám (nappali munkarend)
2		2
Elmélet féléves óraszám (levelező és esti munkarend)		Gyakorlat féléves óraszám (levelező és esti munkarend)
0		0
Kedvezményes tanulmányi rend (KTR) keretében a tantárgy elvégezhető?		
Igen		

2. A tantárgy főbb jellemzői

A tantárgy képzési célja
A fogyasztói magatartás kurzus azokat a különböző szociológiai, pszichológiai és antropológiai jellemzőket és folyamatokat tanulmányozza, amelyek befolyásolják az emberek viselkedését, amikor termékeket és/vagy szolgáltatásokat vásárolnak és/vagy használnak. - A fogyasztói magatartás kurzusnak három célja van. Először is, a hallgatók megtanulják értékelni a fogyasztói döntéshozatalt, az egyéni fogyasztói magatartás meghatározó tényezőit. Másodsor, a hallgatók gyakorlati ismereteket szereznek ezen elméleti megközelítések alkalmazásáról. Harmadszor, a hallgatóknak meg kell érteniük, hogyan tudják alkalmazni marketing ismereteiket a különböző fogyasztói szegmensekre. - A tantárgy célja, hogy megismertesse a hallgatókat a fogyasztókkal, a fogyasztói magatartással és a marketing stratégiára gyakorolt hatásukkal. A tantárgy keretében a hallgatók megismerhetik a fogyasztókat, mint egyéneket és döntéshozókat befolyásoló főbb tényezőket, a vásárlási döntési folyamattal összefüggésben. A hallgatók elemzik a fogyasztói vásárlási magatartás okait és indítékait, és megértik a fogyasztói magatartás fő elveit, amelyek befolyásolják a vásárlási döntéseket. A kurzus a vevői élmény (CX) fogalmával és a vásárlói út feltérképezésének módszerével is foglalkozik. - A kurzus tanulási eredményei a következők: 1. A fogyasztói magatartás és a marketing fogalmainak megértése 2. A fogyasztói magatartást befolyásoló hatások értelmezése 3. A fogyasztói döntéshozatal szakaszainak elemzése és stratégia megalkotása 4. A szervezeten belüli és az intézményi fogyasztói magatartást befolyásoló csoporthatások elemzése 5. Fogyasztói magatartásra gyakorolt társadalmi és kulturális hatások ismerete
A tantárgy tartalmának rövid leírása
A kurzus a vásárlási folyamat kultúrák közötti összefüggéseire összpontosít a fogyasztói igények azonosításától a fogyasztói elégedettség biztosításáig. A vállalati tevékenységek felelősségteljes és etikus elvégzéséhez elengedhetetlen a fogyasztók megértése.
A tantárgy kapcsolata a képzés más tárgyaival
A tantárgynak nincsenek előfeltételei. - A Fogyasztói magatartás tantárgy bemutatja a CRM kurzusban használt customer journey megtervezését és kialakítását, mivel a CRM kampányok és a csatornák kezelése az customer journey koncepciójára épül.

3. A tantárgy tanulási eredményei

Képesség	Tudás	Attitűd	Autonómia és felelősségvállalás
-----------------	--------------	----------------	--

Customer journey megtervezése és kifejlesztése	Megérti az ügyfélélmény (CX) fogalmát	<ul style="list-style-type: none"> • Elkötelezett az ügyfél szempontjainak validálása iránt az ügyfélút tervezése során. • A humán tudományokhoz kapcsolódó általános ismeretek és oktatás elsajátítására törekszik. • Nyitott a fogyasztói magatartást alakító tényezők komplexitásának befogadására. • Hajlandóságot mutat a változásra, keresi a kísérletezés lehetőségeit. • Kész hatékonyan részt venni a csapatmunkában. • Szem előtt tartja a csapattársak véleményét 	<ul style="list-style-type: none"> • Önállóan tervezi meg az ügyféllel kapcsolatos interakciós pontokat • Képes adott kontextusban saját véleményét alkotni az ügyfelek döntéshozatali folyamatát befolyásoló tényezőkről • Képes felelősségteljesen összehangolni a fogyasztó egyéni érdekeit a vállalat céljaival • Foglalkozik a fogyasztói magatartással kapcsolatos ismeretek etikus felhasználásával • Kritikusan értékeli saját és csapattársai munkáját
	Tudja, hogy milyen tevékenységekből áll a customer journey		
A fogyasztói döntéseket befolyásoló gazdasági, társadalmi és egyéni tényezők elemzése	Megérti az vásárlói (customer) profil készítésének fontosságát, és azonosítja a profil kialakításának lépéseit.		
	Különbséget tesz a fogyasztói magatartás szubjektív és objektív tényezői között, és ismeri ezek hatását		
	Tisztában van a fogyasztói magatartás fenntarthatósági szempontjaival		
	Ismeri a fogyasztóvédelem helyi és Európai Unió kereteit		
	Ismeri a fogyasztói magatartást befolyásoló külső hatásokat, beleértve a kulturális (kultúra, szubkultúra, társadalmi osztályok) és társadalmi (referenciacsoportok, családi és társadalmi státusz) szempontokat		
Képes kiválasztani és alkalmazni a fogyasztói magatartás szempontjából releváns keretrendszereket és problémamegoldó technikákat.	Ismeri a fogyasztói döntésekkel kapcsolatos gazdasági, szociológiai és pszichológiai elméletek alapjait		
	Képes hatékonyan tárgyalni nemzetközi környezetben.	Tisztában van a fogyasztói magatartás fenntarthatósági szempontjaival	
Képes a tudáselemeket szituációs és feladatorientált	Ismeri a fogyasztóvédelem helyi és Európai Unió kereteit		
	Ismeri a fogyasztói döntésekkel kapcsolatos gazdasági, szociológiai és pszichológiai elméletek alapjait		
Képes a tudáselemeket szituációs és feladatorientált	Ismeri a fogyasztói magatartást befolyásoló külső hatásokat, beleértve		

készségekké és gyakorlattá alakítani.	a kulturális (kultúra, szubkultúra, társadalmi osztályok) és társadalmi (referenciacsoportok, családi és társadalmi státusz) szempontokat		
	Ismeri a fogyasztói magatartás belső hatásait, beleértve a pszichológiai (motiváció, észlelés, tanulás és attitűd) és személyes (életkor, családi életciklus, foglalkozás, gazdasági körülmények, életmód, személyiség) szempontokat		
	Különbséget tesz a fogyasztói magatartás szubjektív és objektív tényezői között, és ismeri ezek hatását		

4. Kötelező irodalom

Kötelező irodalom	URL
Michael R. Solomon and Cristel Antonia Russell (2023): Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Global, 14th Edition, Pearson	https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/consumer-behavior-buying-having-being/P200000009740/9780138170806