

# Informačný list pre predmet SPOTREBITEĽSKÉ SPRÁVANIE

<b>Vysoká škola:</b>	Paneurópska vysoká škola
<b>Fakulta:</b>	Fakulta masmédií
<b>Kód predmetu:</b>	BMMM10025
<b>Názov predmetu:</b>	Spotrebiteľské správanie
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> prednáška	2 hod. týždenne / 24 hod. za semester štúdia (prezenčná metóda)
<b>Počet kreditov:</b>	5
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b>	2. semester
<b>Stupeň štúdia:</b>	2.
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	žiadne

## Podmienky na absolvovanie predmetu:

Priebežné hodnotenie: 40 bodov aktivita na seminári a písomná záverečná správa z prieskumu

Záverečné hodnotenie: 60 bodov písomná skúška, podmienkou na úspešné urobenie skúšky, je získanie aspoň 50% bodov zo skúšky, t. j. aspoň 30 bodov. Kredity nebudú udelené študentovi, ktorý z písomnej záverečnej skúšky získa menej ako 30 bodov.

## Výsledky vzdelávania:

Porozumenie správaniu spotrebiteľa. Kultúrny rámec spotrebiteľského správania, vplyvy sociálneho prostredia, pochopenie motivácie, postojov a hodnôt, psychických procesov, ktoré sú dôležité v spotrebiteľskom správaní. Analýza spotrebiteľského správania sa v rôznych spotrebiteľských skupinách.

## Stručná osnova predmetu:

Úvod do problematiky. Vymedzenie a význam mediálneho a marketingového výskumu pre manažérske rozhodovanie. Typy výskumu, oblasti skúmania.

Rozhodovanie o realizácii mediálneho a marketingového výskumu – situácie, kedy môže pomôcť a kedy nie; výber realizátora výskumu.

Proces výskumu a projekt výskumnej štúdie. Postupnosť krokov marketingového výskumu. Zostavenie projektu.

Dopytovanie, pozorovanie – metódy zhromažďovania údajov. Charakteristika, oblasti použitia.

Tvorba dotazníka. Štruktúra a typy otázok.

Výberové zisťovanie. Metódy výberu vzorky.

Určenie veľkosti vzorky. Panelový výskum.

Spracovanie zhromaždených údajov. Kontrola, kódovanie, tvorba číselníka, editovanie.

Vytvorenie elektronického súboru údajov vhodného na analýzu.  
Predbežná analýza údajov v marketingovom výskume. Tabelovanie – jednoduché tabuľky.  
Výpočet stredných hodnôt, grafické spracovanie.  
Triedenie druhej stupňa – krížové tabuľky.  
Zisťovanie štatisticky významných rozdielov.  
Záverečná správa. Písomná, ústna forma. Zásady tvorby, štruktúra záverečnej správy.

RICHTEROVÁ a kol.: Úvod do výskumu trhu. Bratislava: Sprint 2, 2013, ISBN 978808939354  
TRAMPOTA, T. – VOJTĚCHOVSKÁ, M.: Metody výzkumu médií. Praha : Portál, 2010. 296  
s. ISBN 978-80-7367-683-4

### **Odporúčaná literatúra:**

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:** slovenský jazyk

**Poznámky:**

### **Hodnotenie predmetov:**

Celkový počet hodnotených študentov: 223					
<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>FX</b>
55,2 %	14,3 %	18,4 %	9,0 %	2,2 %	0,9 %

**Vyučujúci:**

prof. PhDr. Stanislav Benčíč, PhD.  
(zodpovedný za predmet)  
Marián Timoracký (cvičiaci, prednášajúci,  
skúšajúci)

**Dátum poslednej zmeny:**

8. 6. 2021

**Schválil:**

prof. PhDr. Stanislav Benčíč, PhD.