

MIKROTANÚSÍTVÁNY

Hallgató neve: **Dajka Gábor** Neptunkódja: **FLZY68** Hallgatói azonosító szám: **78332995933**
Törzskönyvi szám: **T011175/FI83139**

Anyja neve: **Csádó Ildikó** Szül. név: **Dajka Gábor**

Szül.hely: **Eger, Heves, Magyarország** Szül. idő: **1986.11.16**

Intézmény neve: **Edutus Egyetem Intézmény** Cím: **Magyarország 2800 Tatabánya Stúdium tér 1.** Azonosító: **FI83139**
Adószám: **18600076-2-11** Engedély szám: **E/2020/000267** Képviselő: **Némethné Dr. Gál Andrea** Rektor

MKKR: 6. szint

EKKR: 6. szint

Mikrotanúsítvány minőség biztosítás típus: EFQM

Intézmény városa: Tatabánya

Támogatási program:

Egyéb támogatási program:

DKKR:

Képzési forma: Jelenléti,Online

Képzés ideje: 2026.02.05 - 2026.05.30

Kredit: 4

Tárgy/Modul név: **Marketingpszichológia**

Tárgynév	Tárgykód	Kredit	dátum	E/Gy/L	Követelmény	Eredmény
Marketingpszichológia	B-3-C440T	4	2026.05.30	8/4/0	Kollokvium	Jeles (5)

Tárgy tematika**Marketingpszichológia - B-3-C440T****verziószám:1****Cél:**

A hallgatók átlássák a marketingkommunikáció pszichológiai hátterét, továbbá elsajátítsák a fogalmi és elméleti kereteit.

A hallgatók megértsék, hogy az egyes marketingkommunikációs megoldások milyen hatást gyakorolnak az egyénekre, és megtanulják, hogyan használhatják fel azokat a kommunikációs tevékenységek megvalósítása során.

Tartalom:

1. A kommunikáció jelentése, folyamata, modelljei, az üzenet befogadása és feldolgozása, ami kitér a percepció és az információfeldolgozás jellemzőire is.
2. Az emlékezés és a memória kapcsolata, formái, rendszere és szerkezete.
3. A motiváció és az attitűd, aminek során tárgyalásra kerülnek a jellemzőik, a rájuk ható tényezők és azok hatásmechanizmusa.
4. A meggyőzés és a manipuláció, ami kitér a jellemzőikre, megoldásaikra, valamint a hatásukat csökkentő tényezőkre.
5. A fogyasztók befolyásolására irányuló szociálpszichológiai eszközök.
6. Pratkanis és Aronson, illetve Cialdini befolyásolási elméletei
7. A befolyásolás eszközei digitális platformokon
8. A neuromarketing és az alkalmazott kutatási módszerek.
9. Az empátikus marketing és a marketingtevékenységekre kifejtett hatására.

Számonkérés:

Értékelés módja: Kollokvium

Nappali:

A féléves munka értékelése – előre meghatározott témájú – csoportos projektmunka, annak prezentációja és a szóbeli kollokvium eredménye alapján történik.

A szóbeli kollokvium anyaga a kötelező irodalom és a tanórákon tárgyaltak.

Csoportos projektmunka: 50%

Szóbeli kollokvium: 50%

Levelező:

A féléves munka értékelése – előre meghatározott témájú – csoportos projektmunka, annak prezentációja és a szóbeli kollokvium eredménye alapján történik.

A szóbeli kollokvium anyaga a kötelező irodalom és a tanórákon tárgyaltak.

Csoportos projektmunka: 50%

Szóbeli kollokvium: 50%

Osztályozás: 89 – 100% 5 (jeles), 77 – 88% 4 (jó), 64 – 76% 3 (közepes), 51 – 63% 2 (elégséges), ≤ 50% 1 (elégtelen)

Készségek és kompetenciák:**Tudás**

A hallgatók tisztában lesznek a marketingkommunikáció pszichológiai hátterével és hatásmechanizmusával.

Képesség

A hallgatók képesek lesznek adott célcsoportok jellemzőit felismerni és megérteni.

A hallgatók fel tudják majd ismerni a manipulatív technikákat, és ki tudják küszöbölni azok hatásait.

Attitűd

A hallgatók megtanulják megérteni és tiszteletben tartani az övéktől eltérő környezetben, kultúrában nevelkedett személyek gondolkodásmódját.

A hallgatók megtanulnak tudatosan viszonyulni a saját identitásuk elemeihez, valamint azokkal mélyebb, erősebb kapcsolatot kialakítani.

Autonómia és felelősség

A hallgatók megtanulják, hogyan lehetnek hasznos tagjai egy szakmai csoportnak.

A hallgatók megtanulnak felelősséget vállalni a saját és a munkacsoportjuk szakmai teljesítményéért.

Tatabánya, 2026. június 30.

Jelen igazolás végzettséget, szakképzettséget nem igazol.

MIKRO-CERTIFICATEStudent Name: **Gábor Dajka** Neptun Code: **FLZY68** Student ID: **78332995933**Registration number: **T011175/FI83139**Mother's Name: **Ildikó Csadó** Birth Name: **Gábor Dajka**Place of Birth: **Eger, Heves, Magyarország** Date of Birth: **1986.11.16**Institution Name: **EDUTUS University** Address: **Magyarország 2800 Tatabánya Stúdium tér 1.** Institution Identifier: **FI83139**Tax Number: **18600076-2-11** Permit number: **E/2020/000267** Representative: **Andrea Némethné Dr. Gál Rector**

NQF Level: 6. szint

EQF Level: 6. szint

Micro-Certificate Quality Assurance Type: EFQM

City of Institution: Tatabánya

Support Program:

Other Support Programs:

DQF Level:

Form of Training: Attendance,Online

Training Period: 2026.02.05 - 2026.05.30

Credits: 4

Subject/Module title:

Course title	Course code	Credits	Date	E/Gy/L	Requirement	Grade
Marketing psychology	B-3-C440T	4	2026.05.30	8/4/0	Exam	Excellent

Course Syllabus**Marketing psychology - B-3-C440T****version:1****Objective:**

Students will gain an understanding of the psychological background of marketing communication and master its conceptual and theoretical frameworks.

Students will understand the impact of various marketing communication strategies on individuals and learn how to apply them in their communication activities.

Content:

1. The meaning, process, and models of communication, as well as the reception and processing of messages, including the characteristics of perception and information processing.
2. The relationship between recollection and memory, as well as their forms, systems, and structures.
3. Motivation and attitude, including a discussion of their characteristics, the factors influencing them, and their mechanisms of action.
4. Persuasion and manipulation, covering their characteristics, strategies, and factors that reduce their effectiveness.
5. Social-psychological tools aimed at influencing consumers.
6. The theories of influence by Pratkanis and Aronson, and Cialdini
7. Tools of influence on digital platforms
8. Neuromarketing and the research methods used.
9. Empathic marketing and its impact on marketing activities.

Assessment:

Type: Colloquium

Full time:

The evaluation of the semester's work is based on a group project on a predetermined topic, its presentation, and the results of the oral exam (50-50%).

The material covered in the oral exam consists of the required reading and topics discussed in class.

Correspondent:

The evaluation of the semester's work is based on a group project on a predetermined topic, its presentation, and the results of the oral exam (50-50%).

The material covered in the oral exam consists of the required reading and topics discussed in class.

Grading: 89 – 100% 5 (excellent), 77 – 88% 4 (good), 64 – 76% 3 (average), 51 – 63% 2 (satisfactory), ≤ 50% 1 (unsatisfactory)

Skills and competencies:**Knowledge**

Students will understand the psychological background and mechanisms of marketing communication.

Abilities/skills

Students will be able to recognize and understand the characteristics of specific target groups.

Students will be able to recognize manipulative techniques and counteract their effects.

Attitude

Students will learn to understand and respect the ways of thinking of people who were raised in environments and cultures different from their own.

Students will learn to consciously engage with the elements of their own identity and to develop a deeper, stronger connection with them.

Autonomy/responsibility

Students will learn how to be valuable members of a professional team.

Students will learn to take responsibility for their own professional performance and that of their workgroup.

Tatabánya, 30 June, 2026

This certificate does not result in a qualification.