

the CoRe lab

PÉCSI KÖZGÁZ

ÉVES BESZÁMOLÓ

2022-2023



www.thecorelab.hu
hello@thecorelab.hu
Linkedin: thecorelab

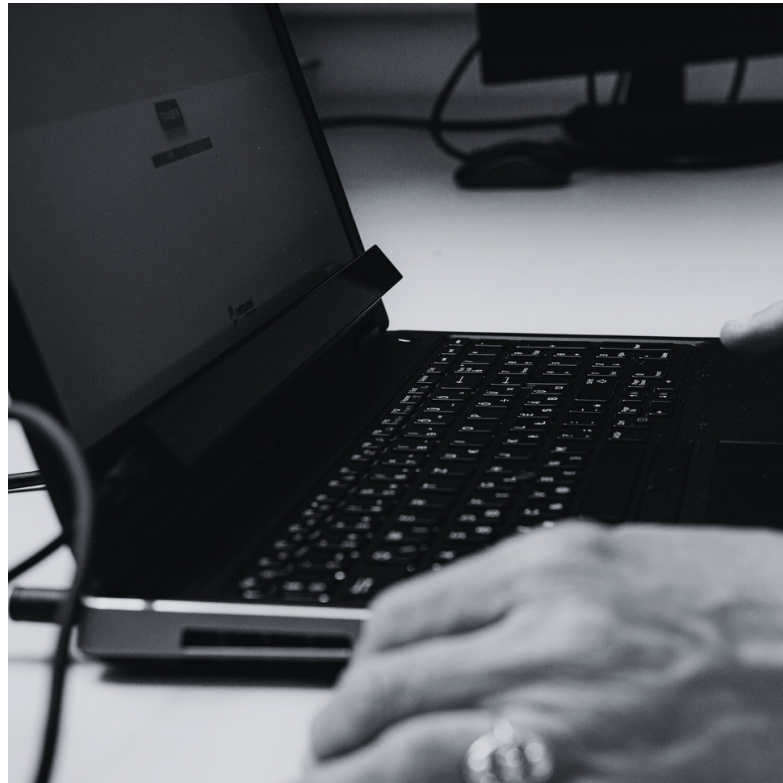


Center for Applied
Learning

Enter the World of Practice

RÓLUNK

A the CoRe lab Fogyasztói Magatartáskutató Központ azzal a céllal jött létre, hogy innovatív kutatási megoldásokkal támogasson tudományos, hallgatói és piaci célokat. Központunk az Alkalmazott Tanulások Központja (CAL) keretein belül működik. Folyamatosan bővülő módszertani eszköztárunk fókuszában a szemkamerás kutatás (eye tracking) áll, mely a fogyasztók tudattalan döntési mechanizmusainak megismerésével szolgáltat új típusú insight-okat.



PORTFÓLIÓ

- Az innovatív marketingkutatási módszerek beépítése a marketinggel kapcsolatos kurzusokba
- Vállalati piackutatás
- Tudományos kutatások (pl. neuromarketing), illetve kísérleti kutatások



6

ISMERETTERJESZTŐ ÉS EDUKATÍV ELŐADÁS

A Kutatók éjszakája mellett középiskolásoknak, mesterképzéses hallgatóknak is lehetőségünk volt előadást tartani a szemkamerás módszertanról.

192

SZEMKAMERÁS MÉRÉS

A 2022-2023-as tanévben összesen 192 alanyt vontunk be mobil és fix szemkamerával végzett kutatásokba.

3

VÁLLALATI PROJEKT

A tudományos tevékenységeink mellett igyekszünk a piaci igényeket is kielégíteni, így a tanévben 3 piaci projekten is lehetőségünk volt dolgozni.

További információ [IDE](#) kattintva érthető el.

KUTATÁSTÁMOGATÁS

4

Idén több alapképzéses és doktorandusz hallgató munkáját segítettük a kutatási projektek kidolgozásában és megvalósításában.

2

CORPORATE TALK

Idén az Ipsos és az ALDI Magyarország is vendégeink voltak egy-egy kötetlen beszélgetésre, melyen aktuális, piackutatással kapcsolatos témákról beszélgettünk a hallgatókat és a szakmát is bevonva.

ORSZÁGOS SZAKMAI KONFERENCIA

1

A "Szerelmem a trade marketing - Túlélési stratégiák" országos konferencián tartottunk előadást "Értékesebbek-e az omnichannel vásárlók?" címmel. További információ [ITT](#).

CORPORATE TALK

A the CoRe lab Corporate Talk abból a célból jött létre, hogy a piackutatáshoz kapcsolódó aktuális szakmai témákat hozzunk a fókuszba, amelyek új és releváns információkat nyújthatnak az érdeklődők és a szakma számára.

2023 tavaszán két hibrid eseményt is szerveztünk.

Márciusban az Ipsos Magyarország marketingkommunikációs vezetőjét köszöntöttük az első Corporate Talk keretében. Az esemény elsősorban arra fókuszált, hogy a fogyasztók életének mely területein van leginkább jelen a **fenntarthatóság**, és hogy mennyire hajlandóak a fenntarthatóságot a mindennapok során figyelembe venni.



Az ALDI Magyarország **online marketinges** csapatát invitáltuk áprilisban egy kötetlen beszélgetésre. A beszélgetés fókuszában a vállalat marketingstratégiája volt, illetve az, hogy hogyan lehet egy diszkont élelmiszerlánc izgalmas a fogyasztók számára.

ELŐADÁSOK

A szemkamerás kutatási módszertannal kapcsolatban több előadást is tartottunk.

Részt vettünk az idei évben is a Kutatók éjszakáján az „Így látunk mi a fogyasztó szemével: Eye Tracking kutatás testközelben.” című előadással. Előadást tartottunk középiskolás diákoknak, illetve mesterképzéses hallgatóknak is, továbbá lehetőségünk volt a Janus Night eseményen egy interaktív előadás keretein belül megismertetni a diákokkal az eszközt.

A Kutatók Éjszakájáról készült videó [ITT](#) érhető el.



KUTATÁSTÁMOGATÁS

A the CoRe lab idén több alapképzés és doktorandusz hallgató munkáját segítette a kutatási projektek kidolgozásában és megvalósításában.

ALAPKÉPZÉSES HALLGATÓK

- Az őszi félévben egy kereskedelem és marketing alapképzésen tanuló hallgató szakdolgozatában azt vizsgálta, hogy milyen hatással van a munkát keresőkre a bérezés feltüntetése egy álláshirdetés esetében. A hallgató dolgozatával OTDK különdíjat nyert.
- A tavaszi félévben egy angol képzésben résztvevő alapképzéses hallgató szakdolgozatában a szülők és gyermekek döntési folyamata közötti különbségeket vizsgálta a streaming platformokon megjelenő sorozatok/filmek esetében neuromarketinges szempontból.

DOKTORANDUSZOK

- Tavasszal egy elsőéves doktorandusz kutatását segítettük elő, melynek témája a sötét turizmus. A kutatás során szemkamerás módszertant használva vizsgálta az emberi jelenlét érzelmi hatásait egyes turisztikai helyszíneken.
- Egy végzős doktorandusz hallgató dolgozatában többek között szemkamerás módszertannal is vizsgálta a fogyasztók felfogását és hozzáállását a kiskereskedelmi mobilalkalmazások használatához.

TUDOMÁNYOS KUTATÁSOK

Egyik tudományos kutatási fókuszunk a kérdőívekben megjelenő játékosítás vizsgálata neuromarketing eszközökkel.

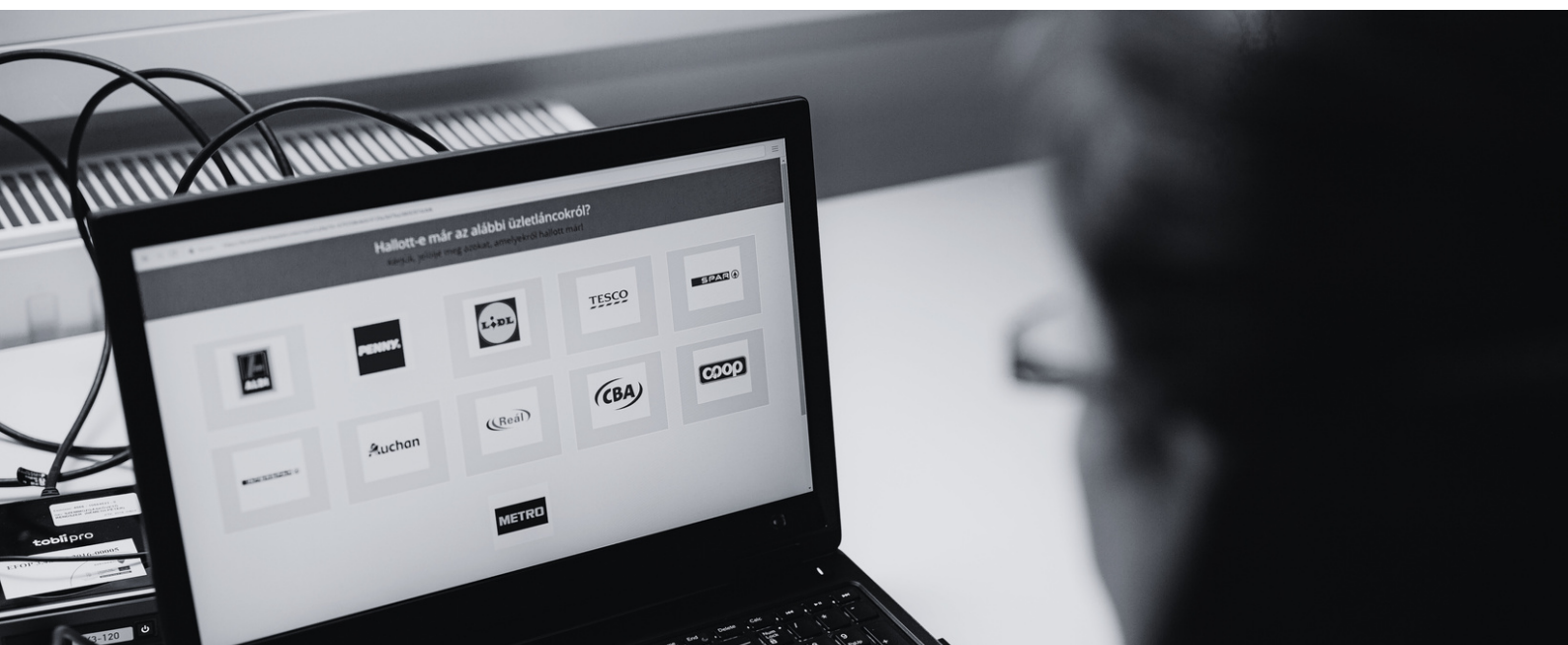
Tanulmányunkban azt vizsgáljuk, hogy mennyiben tudja segíteni, illetve valóban tudja-e segíteni egy játékosított elemekkel ellátott kérdőív a válaszadási arányok javítását, valamint arra is fókuszálunk, hogy mennyiben térnek el az eredmények ebben az esetben.

Ahhoz, hogy a kutatási kérdést közelíteni tudjuk, egy összehasonlító kvantitatív kutatást alkalmaztunk, vagyis két, egyenként 500 fős reprezentatív online megkérdezést szerveztünk.

Eredményeink alapján azt a következtetést vonjuk le, hogy a játékosítás nem hoz egyértelműen jobb eredményeket a válaszadási hajlandóság kapcsán.

A kutatás további fázisában a témát mélyebben vizsgálva nemzetközi publikáció irányába tervezünk lépni.

A teljes tanulmány [IDE KATTINTVA](#) érhető el.



GYAKORLATI PROJEKTEK

1

A Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karral különböző intenzitással és területeken kapcsolatban álló vállalati partnerek elégedettségmérését végeztük 2023 tavaszán kvalitatív és kvantitatív kutatási módszerekkel egyaránt.

„RRF-2.1.2-21-2022-00018 Gyakorlatorientált felsőfokú képzések infrastrukturális- és készségfejlesztése a PTE-n”

2

A Support to the implementation of the Just Transition Fund in Hungary projekt keretében komplex kutatást végeztünk komplex módszertant alkalmazva. A kutatás célja az volt, hogy az Igazságos Átállás Alap célcsoportjának tekintett vállalatok, intézmények, egyéb szereplők véleményét megismerjük Baranyában.

4 különböző kérdőívvel és mélyinterjúkkal kérdeztük meg a vállalatokat, helyi intézményeket, szervezeteket és önkormányzatokat, civil szervezeteket.

3

Az ABSL Hungary-val folytatott közös munkánk során abban nyújtunk támogatást a szervezetnek, hogy az általuk negyedévente, a Partnereik részére kiküldött kérdőívet összeállítjuk, elemezzük és az eredményeket bemutassuk, értelmezzük.

4

A Pécsi Tudományegyetem Tudományos és Innovációs Park üzleti tervezése során szükséges piackutatási feladatokat látjuk el, levetítve az egyes horizontális és vertikális pillérekre.

"GINOP-2.3.1-20-2020-00007"

HALLGATÓI PROJEKTEK

ALAP

A **Kereskedelmi marketing** alapképzéses kurzuson résztvevő hallgatók a kurzus projekt keretein belül a Penny mobilalkalmazást mérték mobil szemkamerával, melynek eredményeit a félév végén a Penny munkatársainak prezentálták.

MESTER

A **Marketingkutató haladóknak mesterképzéses** kurzus keretein belül a hallgatók mobil szemkamerával mérték a Penny reklámújságokat, összevetve más kiskereskedelmi lánc reklámújságaival. A kutatás eredményeit a kurzus végén prezentálták a kiskereskedelmi lánc munkatársainak.



SAJÁT KUTATÁSOK

REPJEGY VÁSÁRLÁS

Az online repülőjegy vásárlással kapcsolatos felhasználói élményeket, tapasztalatokat, attitűdöket, problémákat vizsgáltuk a fogyasztók körében a Neticle-lel. A Neticle automatikus szöveganalitikai megoldásokat kínáló startup vállalat, akik saját social listening szoftverük segítségével képesek összegyűjteni egy brand vagy termék publikus online említéseit, majd ezeken a találatokon részletes elemzést végeznek, kimutatva a főbb témákat, entitásokat, érzelmeket.



GLAMOUR NAPOK

2022 októberében a GLAMOUR-napokat tettük egyik kutatásunk fókuszába, mégpedig azt, hogy hogyan vélekednek és döntenek a promóciós időszak alatt azok a fogyasztók, akik „lelkes Glamourozók”, azaz rendszeresen részt vesznek ezeken az akciókon. A téma vizsgálatához online kvalitatív módszert, mégpedig online naplózást választottunk annak érdekében, hogy minél mélyebb insight-okat gyűjtsünk.



BLACK FRIDAY

2022 novemberében a Pécsi Tudományegyetem hallgatóit bevonva kerestük a választ arra, hogy az egyetemisták hogyan használják ki a Black Friday adta lehetőségeket, illetve milyen módon készülnek a karácsonyi időszakra.



TERVEINK

2023/2024

- 2nd Omnichannel Day - 2023 szeptember 22. (Budapest)
- Corporate Talk események az őszi és a tavaszi félévekben
- jelenlét a megszokott fórumokon (középiskolai és egyetemi ismertterjesztő előadások)
- további hallgatói, tudományos és piaci/gyakorlati projektek bevonása (legalább 1-1 minden félévben)
- a következő tanévben legalább két hallgatót TDK dolgozat megírása kapcsán szemkamerás módszertannal támogassunk



CSAPATUNK



**LÁZÁR
ERIKA**

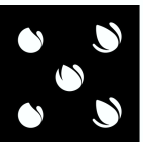
kutató

**DR. NÉMETH
PÉTER**

központvezető

**BAKÓ
LILI**

junior kutató



the CoRe lab

PÉCSIKÖZGÁZ



the CoRe lab

PÉCSI KÖZGÁZ



Center for Applied
Learning

Enter the World of Practice

KÖSZÖNJÜK!

**DR. NÉMETH
PÉTER**

központvezető

nemeth.peter@ktk.pte.hu

+36 30 354 7420