

### **Kurzusleírás (tematika)**

Kurzus neve: Speciális elméleti ismeretek/ <b>(Online) Marketing alapismeretek</b>				
A kurzus oktatója/i, elérhetősége(i): Dr. Galla Daniella Dominika				
Kód: B-AE-502-D	Kapcsolódó tanterv (szak/szint): ES BA	A tantárgy helye a tantervben (szemeszter): 1-2.	Kredit: 5	Tanóraszám: 48 Egyéni hallgatói munkaóra: 102
Kapcsolt kódok:	Típus: szeminárium	Szab.vál-ként felvehető-e? NEM.	Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek:	
<b>A kurzus kapcsolatai</b> (előfeltételek, párhuzamosságok):				
<b><u>A kurzus célja és alapelvei:</u></b>				
<p>A tantárgy célja a gazdaság jelenségeinek, intézményeinek, működésének megismertetése a hallgatókkal, melyek a tudatos fogyasztói viselkedés és a vállalkozói szemlélet kialakításához szükségesek. Fontos a hallgatók gazdasági/vállalkozási szemléletmódjának kialakítása és vállalkozói képességének megalapozása.</p> <p>Az (Online) Marketing alapismeretek szeminárium célja, hogy interaktív módon biztosítson lehetőséget a szükséges marketing ismeretek elsajátítására, és teret adjon az üzleti környezet marketing szempontú elemzésére. A kurzus során a hallgatók megismerik az egyes marketing definíciókat és a legfontosabb marketing elméleteket, teret adva a gyakorlati megvalósításnak egyaránt. A kurzus során kiemelt figyelmet fordítunk az online marketing trendek és sajátosságok elemzésére is. A tárgy részeként erős fókuszot kap a marketingkommunikáció, helye és szerepe a marketing tudományban. A hallgatók megismerkedhetnek a vállalati kommunikáció alapjaival, a kommunikációs folyamatokkal, és a folyamatban érintett piaci szereplőkkel. A kurzus célja az integrált marketingkommunikációs tevékenység üzleti térben betöltött jelentőségének megismertetése és tudatosítása a hallgatókban.</p>				
<b><u>Tanulási eredmények (fejlesztendő szakmai és általános kompetenciák):</u></b>				
Tudás:				
<p>Átfogó ismeretekkel rendelkezik a kreatív multimédia szakmaként, illetve a kulturális intézményrendszer részeként való működéséről. A kurzus eredményeként a hallgató el tudja helyezni a marketing és marketingkommunikációs folyamatokat az üzleti stratégiában. Elsajátítja elméletben és megtanulja alkalmazni a gyakorlatban az integrált marketingkommunikációs megközelítést. A kurzus eredményeként a hallgató soft készségei (kommunikációs készség, problémamegoldás, kooperáció, vitakultúra) erősödnek.</p>				
Képesség:				
<p>A tanulmányai során szerzett tapasztalatokra támaszkodva képes a tudásanyag analízisére, feldolgozására és kezelésére, valamint képes saját művészeti ágán belül kritikai hozzáállást érvényesíteni. A hallgató képes átlátni, megtervezni és elemezni a vállalatban belül lezajló marketing és marketingkommunikációs</p>				

folyamatokat. Képesé válik a kommunikáció kritikai megközelítésére, valamint alkalmazására úgy a tervezői, alkotói folyamatok, mint az üzleti vállalkozás perspektívájából tekintve.

Attitűd:

Tudatosan gondolkodik tervezői munkáinak társadalmi, kulturális, közösségi, környezeti és gazdasági vonatkozásairól, és törekszik szakmája etikai normáinak betartására. Nyitott az új ismeretekre, módszerekre, kreatív, dinamikus megvalósítási lehetőségekre.

A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák:

1. Hét (2023.02.20.) – Bemutatkozás, kurzus menetének ismertetése, Elvárások, határidők rögzítése, csoportalkotás, Bevezetés: A marketing értelmezése és szerepe
2. Hét (2023.02.27.) – STP stratégia, Piacszegmentáció
3. Hét (2023.03.06.) –Fogyasztói magatartás
4. Hét (2023.03.13.) – Marketingkutatás, Termék-és Márkapolitika
5. Hét (2023.03.20.) – Szolgáltatásmarketing, Árképzés
6. Hét (2023.03.27.) – A marketingkommunikáció eszközrendszere. A klasszikus reklám.
7. Hét (2023.04.03.) – Integrált marketingkommunikáció, legfontosabb reklámpari szereplők
8. Hét (2023.04.10.) – Húsvét
9. Hét (2023.04.17.) – Online marketing alapismeretek
10. Hét (2023.04.24.) – Kreativitás a marketingkommunikációban (Élménymarketing&Designkommunikáció)
11. Hét (2023.05.01.) –Munkaszüneti nap
12. Hét (2023.05.08.) – Csoportos prezentáció, Értékelés

Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai:

A kurzus menete, az egyes foglalkozások jellege és ütemezésük:

A kurzus során 11 alkalommal találkozunk a hallgatókkal. Az órák során a kiírásban szereplő téma kerül feldolgozásra. A szeminárium első részében az anyag elméleti ismertetése történik, majd a kurzus második felében a hallgatók aktív közreműködésével, egyéni és csoportos feladatok elvégzésén keresztül valósul meg a téma gyakorlati feldolgozása.

A hallgatók tennivalói, feladatai:

A kurzus során a hallgatók értékelése és a számonkérés 4 pillérré épül:

1. **Aktív órai jelenlét** (5 pont) – A hallgatók az órán jelen vannak, részt vesznek a közös munkában, hozzászólnak a tananyaghoz, aktívan részt vesznek a feladatokban, kérdéseikkel, hozzászólásaikkal, szakmai véleményük megosztásával törekednek az óra interaktív jellegének erősítésére.
2. **Social Média aktivitás** (25 pont) – A gyorsan változó digitális közegben az online marketinggel, marketingkommunikációval foglalkozó szakembereknél is előtérbe kerül a különböző közösségi média felületek ismeretének fontossága. A cél, hogy a hallgatók ne csak felhasználóként, de aktív tartalommenedzserként is megismerkedjenek az online médiafelületek működésével, ehhez kapcsolódóan a self-branding jelentőségével. Feladat egy TikTok vagy Instagram profil felépítése és aktív menedzselése a félév során, a második szemináriumtól kezdve (2023.02.27.-2023.05.20.)

Az oldal középpontjában egy saját, vélt vagy valós brand és annak népszerűsítése áll. Az oldalhoz tartozó linket 2023.02.27-ig (a következő szemináriumig) el kell juttatni az oktató e-mail címére.

3. **Csoportos prezentáció** (35 pont) – A csoportos prezentáció témái az első szemináriumi órán kerülnek kihirdetésre, a 3-4 fős csoportok kialakítása is ekkor történik. A csoportos prezentáció időtartama 20-25 perc. Elvárás egy online (ppt, videó stb.) és/vagy digitális vizualizációs lenyomat a csoportmunka prezentálásához.
4. **Egyéni videós beadandó** (35 pont) – A kurzus során elvárás egy kritikus, elemző, kreatív 2-3 perces TikTok jellegű videó elkészítése. A videó témája egy tetszőleges (hazai vagy nemzetközi) CSR jellegű kampány feldolgozása, bemutatása és elemzése a kurzus során tanult szempontrendszerek mentén. A téma kapcsán fontos, hogy a hallgató egy olyan marketingkommunikációs jelenséget járjon körül, ami aktuális és releváns.

A tanulás környezete: tanterem

Értékelés:

Az értékelés szempontjai (mi mindent veszünk figyelembe az értékelésben):

1. **Aktív órai jelenlét** (5 pont)
  - a. Hallgató lehetőség szerint minden alkalommal részt vesz a szemináriumon
  - b. Résztvételét aktív jelenlét jellemzi, az órákhoz hozzászol, a feladatokban szerepet vállal
  - c. Az évközi mini szorgalmi feladatokat elkészíti
2. **Social Média aktivitás** (25 pont)
  - a. Hallgató a felületet a félév folyamán adminisztrátorként kezeli, és tartalommal rendszeresen frissíti.
  - b. Aktivitás szintje: a választott felület és a középpontba helyezett brand sajátosságait szem előtt tartva, de minimum heti 3 alkalommal aktív tartalomgyártás történik
  - c. A felületnek a menedzselése a szorgalmi időszak végéig tart, azonban élnie kell, és elérhetőnek kell lennie a vizsgaidőszak utolsó napjáig.
  - d. Marketing(kommunikációs) szempontok előtérbe helyezése, a fókusz elsősorban az üzleti célú brandépítésre helyeződik
  - e. Értékelési szempont továbbá a közösség menedzselése, hozzászólások kezelése, kapcsolódó tartalmak, érdekességek feltérképezése, aktív tartalomgyártás
3. **Csoportos prezentáció** (35 pont)
  - a. A téma kidolgozása, a lényegi elemek kiemelése, megfelelő fókusz megtalálása
  - b. Logikus, érthető gondolatmenet, struktúra
  - c. Következetes és pontos szakmai fogalomhasználat
  - d. Az elméleti háttér / gondolkodási keret mélysége, hivatkozások alkalmazása és megfelelő kezelése
  - e. A csoportmunka eredményeként létrejött csoportkohézió szintje
  - f. Az előadásmód és a prezentáció színvonala, gördülékenysége
4. **Egyéni videós beadandó (35 pont)**
  - a. Aktív és releváns, a kurzus témájához szorosan köthető témaválasztás
  - b. A kampány bemutatása és elemzése során a hallgató alkalmazza a kurzuson elsajátított szempontrendszereket

- c. Hallgató felismeri a fenntartható, tudományos marketingkommunikáció elemeit.
- d. Marketing szaknyelv alkalmazása
- e. A kivitelezés egyedi, kreatív, igényes

Érdemjegyek a megszerzett pontok függvényében:

- 0-55 elégtelen (1)
- 56-65 elégséges (2)
- 66-75 közepes (3)
- 76-84 jó (4)
- 85-100 jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Bauer András – Berács József – Kenesei Zsófia (2017): Marketing alapismeretek, Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Horváth Dóra, Bauer András (szerk.) (2013). Marketingkommunikáció: Stratégia, új média, részvétel. Budapest: Akadémiai Kiadó –
- Neo Interactive Kft. (2021). Digitális Média Tények Könyve 2021. Budapest: Neo Interactive Kft.  
URL: [https://neointeractive.hu/dmtk/2021/DMTK\\_2021.pdf](https://neointeractive.hu/dmtk/2021/DMTK_2021.pdf)

Ajánlott irodalom:

- Kotler, Philip – Keller, Kevin Lane (2012): Marketingmenedzsment (14. kiadás), Akadémiai Kiadó, Budapest.

Egyéb információk:

A kurzus során kérés és elvárás az (inter)aktív részvétel. Fontos, hogy a félév során a hallgatók a kurzus keretein kívül is gyakorolják és alkalmazzák a körülöttük lévő környezet marketing szempontjait keresztül történő megfigyelését. A tárgy sikeres teljesítéséhez fontos a marketing szemlélet gyakorlása, és a környezetünkben zajló kommunikációs folyamatok tudatos felismerése a kurzus és az egyetem falain belül és kívül egyaránt.

Máshol/korábban szerzett tudás elismerése/ validációs elv:

- nem adható felmentés a kurzuson való részvétel és teljesítés alól,
- felmentés adható egyes kompetenciák megszerzése, feladatok teljesítése alól,
- más, tevékenységgel egyes feladatok kiválthatók,
- teljes felmentés adható.

Tanórán kívüli konzultációs időpontok és helyszín:

Az elsődleges kommunikációs forma az e-mail ([galla.daniella.dominika@mome.hu](mailto:galla.daniella.dominika@mome.hu)) Kérem a hallgatókat, hogy bármi probléma, kérdés, észrevétel esetén vegyék fel velem a kapcsolatot e-mailben. Tanórán kívüli konzultációra van lehetőség, igény szerint, egyedi egyeztetést követően.