

Kurzus címe:

Tudatos & fenntartható marketingkommunikációs gyakorlatok – MOME x Corvinus Science Shop kollaboráció

Kurzus oktatói:

Dr. Galla Daniella Dominika (galla.daniella.dominika@mome.hu)

Kurzuskód:

B-KH-201-ELM-222302-03, M-KH-201-ELM-222302-03

Kurzus leírása:

A kurzushéten a **tudatos marketingkommunikációval** foglalkozunk, melynek keretében egy valós partner, valós üzleti problémájának megoldására törekszünk. Ezen a héten együttműködünk a **Corvinus Science Shop** szervezetével, akiknek célja a társadalmi vállalkozások és a közösség számára is értékalkotó ügyek támogatása az oktatáson keresztül. Ennek a marketingkommunikációs projektnek a hallgatók aktív részét képezik, hiszen lehetőségük nyílik egy olyan tervezői látásmódra építkező kérdésfeltevésre választ és megoldást keresni, amely üzleti helyzetnek valós társadalmi hozadéka lehet a fenntarthatóság. A kurzuson találkozik a marketing, a dizájn, a társadalmi ügyek és a kommunikációs értékkeremtés.

Kurzusra való jelentkezés: A kurzus szakfüggetlen, BA és MA hallgatók számára is nyitott, nem igényel előképzettséget, a szükséges marketing és gazdasági ismereteket a kurzus során elsajátítják a résztvevők.

Létszám: képzése és szakfüggetlen BA: 8 fő, MA: 7 fő, **összesen 15 fő**

Időpont:

Az óra a kurzushéten valósul meg: 2023.02.13-17.

Tervezett alkalmak *:

- Hétfő (02.13.): 10:00 - 15:00
- Kedd (02.14.): 10:00 - 15:00 („terepgyakorlat”)
- Szerda (02.15.): 10:00 - 15:00
- Csütörtök (02.16.): 10:00 - 15:00
- Péntek (02.17.): 10:00 - 12:00 (az eredmények bemutatása a partner felé)

*A kurzus időintervalluma a tervezett haladás ütemének függvényében a hallgatókkal egyeztetve minimálisan módosulhat.

Eredmények:

A kurzus során cél a **valódi tervezői szemléletmód** marketingkommunikációs alkalmazása. Nem titkolt küldetés, hogy az itt létrejött eredmény a reguláris heti órákon tovább gondolásra kerüljön akár a MOME, akár a Budapesti Corvinus Egyetem hallgatói által, lehetőséget adva így egy folyamatosan fejlődő, multidiszciplináris megközelítésnek helyet adó megoldás üzleti szinten történő megvalósítására.

A jelen kurzus, illetve az annak során végzett tevékenység az Egyetem 2021. szeptember 1- én hatályba lépett Szellemilajdon-kezelési Szabályzat 6. § (1) bekezdésének hatálya alá esik, így a résztvevő hallgatók a Szabályzat 6. § (3) bekezdésének megfelelően szerződést kötnek az Egyetemmel többek között arról, hogy a kurzus során előállított szellemi alkotásaikkal kapcsolatos vagyoni jogok, felhasználási jogok átadásra kerülnek az Egyetem részére a hivatkozott szerződésben meghatározott feltételek szerint. Továbbá, a Hallgató a teljes kurzussal kapcsolatban teljeskörű titoktartásra kötelezett - különösen a kurzus tárgyával, a tevékenységgel és az elkészült alkotásokkal, munkákkal, egyéb eredményekkel, továbbá azok elkészítésének körülményeivel kapcsolatban - így azokról információt mással nem közölhet, nem publikálhat, nem hozhat nyilvánosságra, kivéve, ha a kurzus elvégzéséhez aláírt írásbeli szerződésben ettől eltérően rendelkeznek.

A kurzus ajánlása:

A kurzus neked szól, ha szeretnél megismerkedni **korszerű, modern értékteremtő marketingkommunikációs gyakorlatokkal**, valamint a marketing stratégiai megközelítésének elméleti hátterével. Számítunk Rád, ha mindezt egy társadalmi kezdeményezéseket, **valódi social impact** elérését szorgalmazó szervezet partnereivel együtt szeretnéd valós környezetben megtapasztalni. A kurzus **gyakorlatorientált**: az elméleti tudásátadáson túl a soft készségek fejlesztésére, a kooperációra, a kommunikációra, a vállalkozói attitűdre és a kritikai gondolkodás előre mozdítására is kísérletet tesz.

Linkek:

<https://www.uni-corvinus.hu/fooldal/kutatas/corvinus-science-shop/>

Ajánlott olvasmányok:

A javasolt szakirodalom célja a ráhangolódás a marketing tudományára, a legfontosabb marketingkommunikációs megközelítésekre. Cél továbbá az etikus és fenntartható kommunikációs gyakorlatokban történő elmélyülés, a CSR alapjainak megismerése, az értékalkotás előtérbe helyezése.

1. Bauer András – Berács József – Kenesei Zsófia (2017): Marketing alapismeretek, Akadémiai Kiadó, Budapest (elérhető: MERSZ).
2. Horváth Dóra, Bauer András (szerk.) (2013). Marketingkommunikáció: Stratégia, új média, részvétel. Budapest: Akadémiai Kiadó (elérhető: MERSZ).
3. Schönherr, N., Findler, F. and Martinuzzi, A. (2017): Exploring the Interface of CSR and the Sustainable Development Goals, Transnational Corporations, 29,3, 33-47
https://www.researchgate.net/profile/Norma-Schoenherr/publication/323241769_Exploring_the_interface_of_CSR_and_the_Sustainable_Development_Goals/links/5b24e2c80f7e9b0e374b7f7be/Exploring-the-interface-of-CSR-and-the-Sustainable-Development-Goals.pdf