

Kurzusleírás (tematika)

Kurzus neve:

**Túl a filmmarketingen – Filmkommunikáció koncepciófejlesztés a gyakorlatban.
(NFI x MOME)**

A kurzus oktatója, elérhetősége:

Gorka Focht Máté MOME Doktori Iskola, Művészettudomány PhD

e-mail cím: gorka@mome.hu

Kód: B-SZ-201-A- 222302-01, M-SZ-101-A- 222302-01	Tantervi hely: ...	Javasolt félév: 2-5. félév	Kredit: 5 (előadással együtt)	Tanóraszám: Egyéni hallgatói munkaóra: 51
Kapcsolt kódok: -	Típus: gyakorlati tanegység	Szab.vál-ként felvehető-e? Igen	Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek: -	

A kurzus kapcsolatai (előfeltételek, párhuzamosságok):

–

A kurzus célja és alapelvei:

A kurzus célja, hogy **bevezesse a hallgatókat a filmmarketing, és a filmkommunikáció világába.** A megismert alapfogalmak mentén **a hallgatók képesek lesznek a jövőben saját projektjeik során a gyakorlatban alkalmazni** a speciális marketingkommunikációs eszközöket, ezáltal tudatosan és hatékonyan érhetik el jövőbeli közönségüket. **A filmmarketing területén szerzett tudásanyaggal képessé válnak kiterjeszteni jövőbeli projektjeik dimenzióit,** felismerve a tervezett marketingkommunikációs folyamatokban rejlő lehetőségeket saját életpályájuk során.

A hallgatóknak lehetősége nyílik egy speciális megközelítési módszer elméleti megismerésére, és **a félév során önálló, vagy csoportos feladat elvégzésével ennek gyakorlati aspektusait is megismerhetik, fejlesztve ezzel saját képességeiket** nemcsak a filmmarketing, hanem a más művészeti ágakhoz kapcsolódó marketing tevékenységek területén.

A kurzus során, a Nemzeti Filmintézet által meghívott, bemutatás előtt álló magyar filmekkel ismerkednek meg a hallgatók és a megismert filmek mentén **a kurzus gyakorlati célja, hogy az elméleti tudásanyag segítségével kreatív filmkommunikációs kampánytervek** szülessenek a félév végére, amelyek segítik a filmek bemutatását a jövőben – az NFI által meghívott filmek a kurzus során kerülnek bemutatásra az alkotók bevonásával.

Tanulási eredmények (fejlesztendő szakmai és általános kompetenciák):

Tudás: Alapvető és gyakorlatban is alkalmazható ismeretek megszerzése a filmmarketing és filmkommunikáció területeiről. Átfogó ismeretek a hazai filmipar működéséről és a filmalkotás folyamatairól.

Képesség: Rendszerszintű gondolkodás erősítése, vizuális és verbális üzenetek hatékony átadása, kampánytervezés folyamatainak felismerése, és átlátása. Kritikai szemléletmód fejlesztése.

Attitűd: Képes marketingkommunikációs folyamatokat átlátni, komplexitásukban értelmezni; Nyitott, befogadó és kooperatív szemléletmód. Érzékeny a társadalmi-, és kulturális változókra. Piaci érdek helyett a marketing tevékenység értékteremtő aspektusára fókuszál.

Felelősség/önállóság: Képes tevékenysége etikai aspektusait is felmérni, és felelősséggel kezelni. Képes önálló véleményt alkotni, és döntést hozni kreatívipari marketing kampányok tervezésekor.

A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák (A kurzus menete, az egyes foglalkozások jellege és ütemezésük):

1. hét: Bevezetés – A kurzus céljainak ismertetése, érzékenyítés a téma iránt + félév menete, illetve követelmények ismertetése.

2. hét: Elméleti előadás I. –

A filmmarketing elméletének és hazai gyakorlatának megismerése (tervezett meghívott előadó: Baranyai Szabolcs (NFI)).

3. hét: Co-design I. – Megismerkedés a filmtervekkel, creative briefing. A kurzusba bevont, bemutatás előtt álló hazai filmtervek megismerése az alkotók interpretálásában.

4. hét: Elméleti előadás II. – Megismerkedés a filmkommunikáció elméleti módszertanával.

5. hét: Műhelymunka I. – Az elméleti tudás és a gyakorlati lehetséges összesítése, hallgató reflexiók feldolgozása, tervezői csoportok véglegesítése.

6. hét: Műhelymunka II. – Kutatási, inspirációs tervezési szakasz, preconcepciók felvetése.

7. hét: Co-design II. – A filmalkotók bevonásával közös tervezés, amely során a hallgatók prezentálják eddigi gondolataikat, tervezési előképeiket, majd ezeket a filmalkotók visszajelzései nyomán fejlesztik tovább.

8. hét: Elméleti előadás III. – Filmforgalmazás és fesztiválok világa – meghívott előadók prezentációja.

9. hét: Műhelymunka III. – A kommunikációs koncepciók fejlesztése.

10. hét: Co-design III. – A filmalkotók visszajelzéseket adnak a koncepciókról, amelyek nyomán folyik tovább a tervezési feladat.

11. hét: Műhelymunka III. – A kommunikációs koncepciók fejlesztése, konzultáció.

12. hét: A záróprezentáción bemutatásra kerülő tervek véglegesítése, konzultáció.

Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai:

A hallgatók tennivalói, feladatai:

- Órai részvétel/aktivitás (kiemelten a Műhelymunkák során)
- Tervezési feladat elvégzése.
- Záróprezentáció során előadás

A tanulás környezete: Tanterem

Értékelés:

A hallgatók az előre kihirdetett feladat szerint, a félév során elsajátított tudásanyag alapján **egyéni, vagy csoportos szinten fejlesztett, a megismert filmtervek közül választott film bevezetését támogató kommunikációs kampány koncepciótervét prezentálják** – a záróprezentáció időpontja a **vizsgaidőszakban lesz, pontos dátuma a hallgatókkal közösen kerül meghatározásra a félév során.**

Elsődleges szempontok:

- A bemutatott kampányterv komplexitása, és a választott filmterv társadalmi és kulturális vonatkozásaira való kreatív reflektivitás, kooperatív lehetőségek beemelése.
- A félév során megismert fogalmak, és megközelítési rendszer elméleti ismerete és szakszerű gyakorlati használata a koncepciótervezés során.

Másodlagos szempontok:

- A koncepcióterv vizuális kidolgozottsága.
- Prezentációs készség.

További szempontok:

- Tanórai aktivitás.

Az érdemjegy kiszámítása:

- hallgatói aktivitás: 10%
- félévközi műhelymunkákon való aktív részvétel: 20%
- záróprezentáció: 70%

Kötelező irodalom:

Nádasi Katalin (2013) Márkakommunikáció In.: Horváth Dóra – Bauer András *Marketingkommunikáció. Stratégia, új média, fogyasztói részvétel.* Akadémiai Kiadó, Budapest 135-157.

Papp-Váry Árpád (2007) *Márkaépítés, mint a modern marketing egyik kulcseleme*
http://www.papp-vary.hu/markazas/Markaepites_mint_a_modern_marketing_kulcseleme.pdf

Nardai Dorina (2014) A látvány múltja és jövője – A narrációtól az attrakcióig
<https://www.filmtekeres.hu/magazin/a-narraciotol-az-atrakcioig>

Ajánlott irodalom:

Kerrigan, Finola – Özbilgin Mustafa (2004) Film marketing in Europe: Bridging the gap between policy and practice In: International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, Vol. 9 No. 3 Henry Stewart Publications, London.

Marich, Robert (2013) Marketing to Moviegoers: A Handbook of Strategies Used by Major Studios and Independents Focal Press, Burlington, MA 3.

Mirrlees, Tanner (2013) Global Entertainment Media Between Cultural Imperialism and Cultural Globalization Routledge 711 Third Avenue, New York, NY 10017

Pham, Annika – Watson, Neil (1993) The Film Marketing Handbook (szerk.: John Durie) Media Business School, London

Egyéb információk:

–

Tanórán kívüli konzultációs időpontok és helyszín:

MOME M_205. – személyesen, vagy elektronikus úton előre egyeztetve.