

**Kurzus címe:**

Az influencerszertkultúra jelene és jövője.

Kurzus oktatói:

Gorka-Focht Máté, Juhász Dóra

Kurzus kód:

B-KH-201-A-242502-01

M-KH-201-A-242502-01

Kurzus leírása:

Mit gondolunk, ha meghalljuk a kifejezést, hogy influencerszertkultúra? Hogyan közelíthetünk kritikusan, ugyanakkor kíváncsian a közösségimédia-platformok tartalomgyártóihoz, az általuk épített narratívákhoz és esztétikához? Képesek vagyunk-e, és akarunk-e magunk is egy szakterület, művészeti ág véleményvezéreivé válni? Milyen eszköztárral építhetünk olyan online identitást és digitális perszónát, amely képes valóban hatást gyakorolni egy-egy virtuális közösségre?

A több elemből épülő kurzus során feltárjuk a jelenség kultúraelméleti aspektusait, sorra vesszük a kommunikáció- és marketing szempontú sajátosságait, a személyes és intézményi márkakommunikációban betöltött szerepét és a gyakorlati vonatkozásokat is (mi a funkciója a reklámügynökségi hierarchiában, mennyit keres és mire szerződik egy ún. influencerszer/tartalomgyártó), de megvizsgáljuk az ilyen irányú tartalomgyártás kreatív tereit és formanyelvi karakterét is, sőt, saját tartalmak készítésére és elemzésére is teret adunk.

Kurzus menete:**Hétfő:**

- | | |
|---------------|--|
| 09:00 – 11:50 | <i>előadás</i> // A branding és a személyes márkaépítés alapjai online Cyle-elmélet a kulturális menedzsment és kommunikáció nézőpontjából |
| 12:40 - 13:40 | <i>előadás</i> // A digitális identitás és a jövő személyiségtervezése |
| 13:50 - 15:00 | <i>workshop</i> // Self-branding és storytelling, kommunikációs platformok |

Kedd:

- | | |
|---------------|--|
| 09:00 - 11:50 | <i>előadás</i> // Social média trendek és az influencerszertmarketing sajátosságai |
| 12:40 - 15:00 | <i>előadás és workshop</i> // Szerződések, briefek, média- és taralomtervezés ügynökségi nézőpontból |



Szerda:

- 09:00 - 10:50 *előadás és workshop // A platformválasztás és a személyes márkastratégiák összekapcsolása, és a storytelling eszköztár fejlesztése*
- 12:40 - 15:00 *előadás és workshop // Social tartalomgyártási módszertanok, case studyk, guideline a gyakorlati naphoz*

Csütörtök:

- 09:00 – 15:00 *gyakorlati nap // kiscsoportos kampánytervezés, formátumfejlesztés és tartalomgyártás a campuson*

Péntek:

- 09:00 - 11:50 *konzultáció // a kampánytervek, tartalmak véglegesítése*
- 12:40 - 15:00 *prezentáció // Az elkészült kampánykonceptiók, formátumok és tartalmak bemutatása, közös értékelés.*

Kurzusra való jelentkezés: BA-MA (Design Intézet, Média Intézet, Elméleti Intézet, Filmipari Tudásközpont)

Létszám: 10-20 fő

Időpont: hétfő-péntek (09:00-15:00), tantermi környezet.

Eredmények:

A kurzushét során a hallgatók gyakorlati projektfeladat keretén 3-4 fős csapatokban a megismert módszerek segítségével és szempontok mentén csapatonként egy kreatív kampány-konceptiót terveznek, formátumot terveznek és fejlesztenek egy kreatív és egyedi influenszerkampányhoz, adott esetben a saját énmárkájukra építve.

A tervezés zárásaként az elkészült eredményeket prezentálják, és az ügynökségi és kommunikációs szakemberekkel közösen értékelik ki.

Kurzus teljesítésének feltétele:

Intenzív részvétel az elméleti és workshop órákon, csoportos munkában egyedi kampánykonceptiók, formátumok és tartalmak megalkotása és prezentálása a kurzus végén.

A kurzus ajánlása:

A kurzus Neked szól, ha szeretnél jobban belelátni elméleti, márkakommunikációs és ügynökségi oldalról a selfbranding és influenszermarketing, valamint a social tartalomgyártás világába, beszélgetni kreatív szakemberekkel a tervezés és tartalomgyártás folyamatáról és együtt gondolkodni, milyen módon építhető fel a social térben, kulturális/művészeti/kreatívipari területen egy hatásos és akár monetizálható énmárka.



Egyéb: Az egyes órákhoz tartozó anyagok megosztása, és a kurzushoz kapcsolódó kommunikáció Microsoft Teams-en keresztül történik.

Olvasmányok:

—