

## Kurzusleírás (tematika)

<b>Kurzus neve:</b> Túl a filmmarketingen – Hogyan találja meg a film a közönségét? (NFI x MOME)				
<b>A kurzus oktatója, elérhetősége:</b> Gorka-Focht Máté – doktorandusz, Művészettudomány PhD (Akadémia) e-mail cím: <a href="mailto:gorka@mome.hu">gorka@mome.hu</a>				
<b>Kód:</b> B-SZ-201-A-232402-01	<b>Kapcsolódó tanterv</b> (szak/szint):	<b>A tantárgy helye a tantervben</b> (szemeszter): –	<b>Kredit:</b> 5	<b>Tanóraszám: 48</b> <b>Egyéni hallgatói munkaóra: 102</b>
<b>Kapcsolt kódok:</b> M-SZ-101-A-232402-01	<b>Típus:</b> Előadás	<b>Szab.vál-ként felvehető-e?</b> IGEN	<b>Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek:</b> –	
<b>A kurzus kapcsolatai (előfeltételek, párhuzamosságok):</b> –				
<b>A kurzus célja és alapelvei:</b> <p>A kurzus célja, hogy <b>bevezesse a hallgatókat a filmmarketing, és a filmkommunikáció világába.</b> A megismert alapfogalmak mentén a <b>hallgatóknak lehetőségük lesz a jövőben –saját projektjeik során – a gyakorlatban alkalmazni a speciális marketingkommunikációs eszközöket, ezáltal tudatosan és hatékonyan érhetik el mozgóképes tartalmaikkal a közönségüket.</b> A filmmarketing területén szerzett tudásanyaggal képessé válnak kiterjeszteni majdani projektjeik dimenzióit, felismerve a tervezett marketingkommunikációs folyamatokban rejlő lehetőségeket saját alkotói pályájuk során.</p> <p>A hallgatóknak lehetőségük nyílik egy <b>speciális megközelítési módszer, az audience journey megismerésére,</b> és a félév során <b>önálló, vagy csoportos feladat elvégzésével ennek gyakorlati aspektusait is megismerhetik, fejlesztve ezzel saját képességeiket</b> nemcsak a filmmarketing, hanem a más művészeti ágakhoz kapcsolódó marketingtevékenység területén.</p> <p>A kurzus során, a <i>Nemzeti Filmintézet</i> által meghívott, bemutatás előtt álló magyar filmmel/filmekkel ismerkednek meg a hallgatók. <b>A kurzus gyakorlati célja, hogy az elméleti tudásanyagra építve kreatív filmkommunikációs kampánytervek</b> szülessenek meg a félév végére, amelyek segítik a film/filmek bemutatását a jövőben – az NFI által meghívott film/filmek a kurzus során bemutatásra kerülnek az alkotók bevonásával és részvételével.</p>				

### **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 folyamatáról.

**Képesség:** A filmkommunikáció módszertanának gyakorlati alkalmazása saját filmtervek kommunikációjának tervezése során. Audience journey tervezésének gyakorlati alkalmazása saját autonóm művészeti projekt terén. Rendszerszintű gondolkodás erősítése, vizuális és verbális üzenetek hatékony átadása, kampánytervezés folyamatainak felismerése, és átlátása. A 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.

**Autonómia és felelősségvállalás:** Képes tevékenysége etikai aspektusait is felmérni, és felelősséggel kezelni. Képes önálló véleményt alkotni, és döntést hozni kreatívipari marketingkampányok tervezésekor.

### **A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák:**

- Hazai filmipar intézményi rendszere, filmkészítés folyamatának feltérképezése.
- Filmmarketing trendek megismerése hazai és nemzetközi szinten.
- Filmkommunikáció meghatározása és módszertana.
- Audience experience megismerése, és a hozzá kapcsolódó audience journey tervezése.

### **Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai:**

#### **1. hét:**

*Bevezetés //* A kurzus céljainak ismertetése, érzékenyítés a téma iránt + félév menete, illetve követelmények ismertetése.

*Workshop //* Milyen nézők vagyunk mi? Mi alapján választunk ki egy filmet, milyen platformot részesítünk előnybe?

#### **2. hét:**

*Előadás //* Klasszikus filmmarketing; A filmmarketing célja, történelme, filmipari kapcsolódása, nemzetközi gyakorlatok alapelveinek feltérképezése.

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

#### **3. hét:**

*Előadás //* Megismerkedés a filmtervekkel, creative briefing. A kurzusba bevont, bemutatás előtt álló hazai filmtervek megismerése az alkotók interpretálásában.

*Workshop // a filmtervekkel kapcsolatos információk feldolgozása, rebriefing.*

**4. hét:**

*Előadás // Filmélmény a XXI. században – audience experience fogalma, a klasszikus filmmarketing gyakorlatok kritikája, a filmkommunikáció pilléreinek bemutatása.*

*Workshop // Miért és milyen platformon nézünk filmeket? Mi befolyásolja döntésünket?*

**5. hét:**

*Előadás // Mi a film? Alkotás, termék, vagy esetleg márka? Piaci, vagy társadalmi szereplő-e a film? A filmkommunikáció elméleti módszertanának áttekintése/ megalapozása.*

*Workshop // Filmek, mint a kultúra és a társadalom formálói, példák és tapasztalatok gyűjtése.*

**6. hét:**

*Előadás // Ki a közönséged? Audience persona fogalmának körülhatárolása, szerepe a filmkommunikációban.*

*Workshop // kedvenc filmjeink célközönségének meghatározása.*

**7. hét:**

*Előadás // „A közönség útja”, azaz az audience journey definíciója, főbb szakaszainak bemutatása.*

*Workshop // A journey mint „utazás”, személyes tapasztalatok filmek marketingkampányával kapcsolatban.*

**8. hét:**

*Előadás // Filmbe kódolt tartalmak. Tartalomfejlesztés a filmkommunikáció mátrixának használatával.*

*Workshop // Kreatív content-fejlesztési gyakorlat példafilmeken keresztül.*

**9. hét:**

*Előadás // Kommunikációs folyamat vs. marketing kampány (különbségek és átfedések) Mi az üzenet (message)? Megismerkedés a PPM-módszerrel.*

*Workshop // A PPM-módszer gyakorlati alkalmazása választott példafilmeken keresztül.*

**10. hét:**

*Előadás // Kampánytípusok osztályozása, és gyakorlati lehetőségeik a message-content arányának függvényében.*

*Workshop // Filmmarketingkampányok esettanulmányainak feldolgozása.*

**11. hét:**

*Előadás // Az audience journey tervezésének lépései, a fejlesztési folyamat kulcsfontosságú állomásai.*

*Workshop // A projektfeladathoz kapcsolódó preconcepciók csoportos feldolgozása.*

**12. hét:**

*Előadás // Kooperáció és co-creation szerepe és jelentősége a filmkommunikációban.*

*Workshop // A projektfeladathoz kapcsolódó csoportos konzultáció.*

**A hallgatók tennivalói, feladatai:**

- órai tananyag csoportos feldolgozása
- a feldolgozott tananyag alapján kampánykonceptió tervezése
- prezentáció elkészítése/előadása

**A tanulás környezete:**

Tantermi környezet, órai oktatói prezentációval és egyéni/csoportos hallgatói workshopokkal.

**Teljesítendő követelmények:**

- Órai jelenlét, hiányzások maximális száma: 3
- Konceptióterv elkészítése prezentáció formájában.
- Prezentáció bemutatása a kurzus záróeseményén.

**Értékelés módja, szempontjai:**

A hallgatók az előre kihirdetett feladat szerint, a félév során elsajátított tudásanyag alapján **egyéni, vagy csoportos szinten fejlesztett, a megismert filmterv bevezetését támogató kommunikációs kampány konceptiótervét 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 elsajátításának szintje, valamint szakszerű gyakorlati használata a konceptiótervezés során.

**Másodlagos szempontok:**

- A konceptióterv vizuális kidolgozottsága.
- Prezentációs készség.

**További szempontok:**

- Tanórai aktivitás.

**Az érdemjegy kiszámítása**

- hallgatói aktivitás: 10%
- félévközi workshopokon 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](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.filmtekercs.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:**

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

**Máshol/korábban szerzett tudás elismerése/ validációs elv:**

Nem adható felmentés a kurzuson való részvétel és teljesítés alól.

**Tanórán kívüli konzultációs időpontok és helyszín:**

MOME M\_205. – személyesen, vagy elektronikus úton előre egyeztetve.