

Kurzusleírás (tematika)

Kurzus neve: „Márkám, márkám, mondd meg nékem...” – Bevezetés a tervezői márkakommunikáció alapjaiba				
A kurzus oktatója/i, elérhetősége(i): Gorka-Focht Máté – doktorandusz, Művészettudomány PhD (Akadémia) e-mail cím: gorka@mome.hu				
Kód: B-SZ-201-A-232402-02	Kapcsolódó tanterv (szak/szint):	A tantárgy helye a tantervben (szemeszter): –	Kredit: 5	Tanóraszám: 48 Egyéni hallgatói munkaóra: 102
Kapcsolt kódok: M-SZ-101-A-232402-02	Típus: Előadás	Szab.vál-ként felvehető-e? IGEN	Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek: –	
A kurzus kapcsolatai (ajánlás, előfeltételek, párhuzamosságok): –				
A kurzus célja és alapelvei: <p>A kurzus célja a hallgatók kritikus gondolkodásának fejlesztése a marketing és a művészet közötti kapcsolatról, valamint a szükséges készségek és stratégiák elsajátítása a sikerebb művészeti és tervező projektek/márkák létrehozásához. A kurzus során a hallgatók megérthetik a modern fogyasztói szokásokat és azok hatását a marketingre, tanulhatnak a klasszikus és a kreatív marketingstratégiákról, valamint az átalakuló piaci trendekről és a pszichológiai alapokról.</p> <p>Emellett a kurzus segít megkülönböztetni a terméket a márkától és megismerhetik a márkaidentitás építésének fontos elemeit. A társadalmi és kulturális márkaépítés fontosságát is kiemelik, és megértik a márkák társadalmi jelentőségét. A művészetmarketing sajátosságait és az alkotók és művészeti események speciális kommunikációs kihívásait is megtanulják. Az élménytervezés és a közönségprofilozás is kulcsfontosságú része a kurzusnak, hogy a hallgatók képesek legyenek tervezni és létrehozni olyan komplex élmény-narratívákat, amelyekkel sikeresen szólíthatják meg saját közönségüket.</p> <p>A workshopok és a csoportos tevékenységek lehetőséget nyújtanak a hallgatóknak az órákon elhangzott tudásanyag gyakorlati alkalmazásra. A kurzus számos interaktív tanulási lehetőséget kínál, amelyek segítik a hallgatókat abban, hogy elmélyedjenek a témában, és képesek legyenek alkalmazni azokat a gyakorlatban saját tervezői/alkotói márkájuk megalkotásában.</p>				

Tanulási eredmények (fejlesztendő szakmai és általános kompetenciák):

Tudás: Alapvető és gyakorlatban is alkalmazható ismeretek megszerzése a művészetmarketing és a márkaépítés területeiről. Átfogó ismeretek a fogyasztói stratégiákról és ezek specifikumairól a kreatíviparban.

Képesség: Saját tervezői márka építéséhez szükséges módszerek gyakorlati alkalmazása. Rendszerszintű gondolkodás erősítése, vizuális és verbális üzenetek hatékony átadása, márkatervezés folyamatainak felismerése, és átlátása. A kritikai szemléletmód fejlesztése.

Attitűd: Képes művészetkommunikációs 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 márkaidentitás tervezésekor.

A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák:

- Márkaépítés, márkaidentitás.
- Fogyasztói trendek, célcsoportok meghatározása, persona alkotás
- Művészetmarketing alapjai, kooperatív marketingtechnikák.
- Márkaélmény tervezésének módszertana, folyamata.

Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai:**1. hét:**

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

Elméleti előadás – Speciális marketingkommunikáció fontossága a kreatíviparban, művészeti szcénában. Miben más ez a két terület a klasszikus marketingterületekkel szemben?

2. hét:

Elméleti előadás – Megváltozott fogyasztói szokások a XXI. században. Mik alapján vásárolunk, követünk, rajongunk a média zajban?

Workshop – Milyen fogyasztók vagyunk mi magunk? Hogy látjuk magunkat, hogy látnak bennünket mások?

3. hét:

Elméleti előadás – Klasszikus marketingstratégiák. Hogyan aknázza ki/használja ki a jelenkori fogyasztói szokásokat a nagyvállalati marketing?

Workshop – Case study-k elemzése, a marketing árnyoldalainak megismeréséhez.

4. hét:

Elméleti előadás – Tudatos kontra manipulált fogyasztók – megváltozott piaci mozgások.

Elméleti előadás – Átalakuló marketing trendek kapujában, mit tanul a marketing a pszichológiától?

5. hét:

Elméleti előadás – Termék kontra márka. Eltérésekből fakadó stratégiaváltás következményei.

Workshop – Hogy viszonyulunk a márkákhoz? Milyen márkákhoz vagyunk hűségesek (ha vagyunk egyáltalán) és miért?

6. hét:

Elméleti előadás – Márkaidentitás alapjainak megismerése, kulcsfogalmainak tisztázása.

Workshop – Case study-k alapján egy-egy ismert márka identitásváltozásainak megismerése, feldolgozása.

7. hét:

Elméleti előadás – Társadalmi/kulturális márkaépítés alapjai, rövid-, és hosszútávú stratégiák.

Workshop – Márkák a piacon túl. Milyen társadalmi jelentőségük van a márkáknak, hogyan befolyásolják kultúránkat?

8. hét:

Elméleti előadás – Speciális marketingterület megismerése, a művészetmarketing alapjai.

Workshop – Milyen alkotókat követünk, milyen self-brandekkel találkozunk?

9. hét:

Elméleti előadás – Ki a közönség? Mit jelent a célcsoport, és hogyan találhatjuk meg saját célcsoportunkat a mai korban?

Workshop – Célcsoport profilozás elsajátítása, persona alkotás a gyakorlatban.

10. hét:

Elméleti előadás – Márkaélménytervezés alapjai, különböző élmény-típusok feltérképezése, különbségek felismerése.

Elméleti előadás – Folyamatosság élménye, journey-tervezés alapfogalmai.

11. hét:

Elméleti előadás – Kooperatív marketing, mi áll a népszerű kollaborációk mögött, mik ennek a formának a veszélyei?

Workshop – Case study-k alapján egyes népszerű és kevésbé népszerű kollaboráció megismerése.

12. hét:

Elméleti előadás – A digitális marketing jelenlegi trendjei, mi felé haladunk? A marketingkommunikáció etikai felelőssége.

Workshop – A projektfeladathoz kapcsolódó csoportos konzultáció.

A hallgatók tennivalói, feladatai:

– órai tananyag csoportos feldolgozása

– a feldolgozott tananyag alapján saját tervező/alkotói márkaidentitás 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 egyéni (igény esetén kollektív) tervezői/alkotói márkaidentitás bemutatását és bevezetését támogató koncepciótervét prezentálják** – a záróprezentáció időpontja a vizsgaidőszakban lesz, **pontos dátuma a hallgatókkal közösen kerül meghatározásra** a félév során.

Elsődleges szempontok:

- A bemutatott koncepcióterv komplexitása, és a felvázolt márkaidentitás társadalmi, kulturális és piaci vonatkozásaira való kreatív reflektivitás, kooperatív lehetőségek beemelése.
- A félév során megismert fogalmak, és megközelítési rendszer elsajátításának szintje, valamint 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 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

Ajánlott irodalom:

- Graeber, David (2020) *Bullshit munkák*. Typotex Kiadó, Budapest 11-23.
- Graeber, David (2020) *Bullshit munkák*. Typotex Kiadó, Budapest 50-81.

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.