

Tárgytematika / Course Description**Integrált marketingkommunikáció tervezése és eszközszerrendszere****KGLM_MMTM086****Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Keller Veronika**Félév / Semester:** 2018/19/2**Beszámolási forma /****Assesment:** Vizsga**Tárgy heti óraszám /****Teaching hours(week):** 0/0/0**Tárgy féléves óraszám /****Teaching hours(sem.):** 18/0/0**OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE**

A hallgatók átfogó ismereteket szerezzenek a marketingkommunikáció hatásmechanizmusáról és eszközszeréről. A hallgatók képesek legyenek ezeknek az eszközöknek stratégia alapján megvalósított integrált alkalmazására, amely a célok leghatékonyabb elérésének a feltételeit teremti meg.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1.hét	Bevezetés. Kommunikációs mix. Fogalmak. Az integrált marketingkommunikáció koncepciója, lépései.
2.hét	A marketingkommunikációs hatásmodellek áttekintése. Fogyasztói reakciók a marketingkommunikációs aktivitásokra.
3.hét	Marketingkommunikációs célok és költségvetés.
4.hét	Reklám: típusok, kreatív koncepció, üzenetek.
5.hét	Médiatervezés: az egyes médiumok sajátosságai, érvek, ellenérvek.
6.hét	PR
7.hét	Szponzoráció
8.hét	Értékesítésösztönzés
9.hét	Direkt marketing
10.hét	Eladáshelyi reklámok
11.hét	Kiállítás, vásár
12.hét	Személyes eladás
13.hét	E-kommunikáció I.
14.hét	E-kommunikáció II.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

- Féléves beadandó feladat írásbeli leadása: 30% (minimum 15%);
- Féléves beadandó feladat prezentálása: 10%;
- Írásbeli vizsga: 60% (minimum 30%);

Érdemjegy:

0-50%: elégtelen,

21-65%: elégséges;

66-80%: közepes,

81-90%: jó,

91-100%: jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

- Keller, V. (2016) Integrált marketingkommunikáció tervezése és eszközzrendszere. Online jegyzet, letölthető a Virtuális Karról;
- Fazekas, I. - Harsányi, D. (2011): Marketingkommunikáció érthetően, Szókratész Kiadó, Budapest;
- Horváth, D. - Bauer, A. (2013) Marketingkommunikáció, Akadémiai Kiadó, Budapest

Ajánlott irodalom:

- Pelsmacker, P. - Geuens, M. - Van den Bergh (2010) Marketing Communications: A European Perspective, Pearson;
- Ang, L. (2014) Principles of Integrated Marketing Communications, Cambridge University Press