

Tárgytematika / Course Description

Integrált marketingkommunikáció tervezése és eszközszerrendszere

KGLM_MMTM086

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2020/21/2

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

A tantárgyból megajánlott jegy szereshető. Az aláírás feltétele a féléves projektfeladat elkészítése és prezentálása:

- Féléves projektfeladat kidolgozása prezentáció formájában 40 pont
- Féléves feladatok egy-egy témakörhöz kapcsolódóan 60 pont (12-szer 5 pont)

?Aki nem oldja meg a feladatokat, annak a vizsgaidőszakban lesz vizsga:

- Vizsga: 60 pont (minimum 30 pont)

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 eszközrendszere. Online jegyzet, letölthető a Virtuális Karról;
- Bányai, E. - Novák, P. (2011) Online üzlet és marketing, Akadémiai Kiadó, Budapest (online hozzáférhető a mersz.hu oldalon)
- Horváth, D. - Bauer, A. (2013) Marketingkommunikáció, Akadémiai Kiadó, Budapest (online hozzáférhető a mersz.hu oldalon)
- A Moodle felületén elhelyezett anyagok, jegyzetek

Ajánlott irodalom:

- Pelsmacker, P. - Geuens, M. - Van den Bergh (2018) Marketing Communications: A European Perspective, Pearson; Ang, L. (2014) Principles of Integrated Marketing Communications, Cambridge University Press