

Tárgytematika / Course Description

Marketingkommunikáció II.

KGNB_MMTM005

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2020/21/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/3/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 0/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A 21. században az integrált marketingkommunikáció a meghatározó, melynek fogalmát, eszközrendszerét megismerhették a hallgatók a Marketingkommunikáció I. tantárgy keretében. A kurzus célja a reklámok és a média világának alapos megismerése mind elméleti mind pedig gyakorlati oldalról. A médiatörténeten át napjaink aktuális trendjéig foglalkozunk a különböző médiumok sajátosságaival, gyakorlati példákon keresztül megismerjük a médiatervezés lépéseit.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1. Mi a reklámügynökség?
2. Kis magyar kereskedelmi média történet
3. A magyar fogyasztó és a marketingkommunikáció
4. Médiaismeret I. Sajtó és televízió
5. Médiaismeret II. Rádió és közterületi reklámok
6. Médiaismeret III. Mozi, internet és a klasszikus reklámokon túl
7. Médiatervezés a gyakorlatban. Stratégiai médiatervezés
8. Médiatervezés a gyakorlatban Taktikai médiatervezés
9. Vizuális reklámkészítés I.
10. Vizuális reklámkészítés II.
11. Digitális reklámok
12. Audiovizuális reklámkészítés I.
13. Audiovizuális reklámkészítés II.
14. Prezentáció

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A szemináriumok alkalmával a hallgatók kidolgoznak egy projektfeladatot, amit az utolsó szeminárium alkalmával szóban előadnak. Az aláírás feltétele ennek a feladatnak a kidolgozása és minimum 50%-ra történő teljesítése.

Az értékelés módja

0 - 50 pont	elégtelen
51 - 65 pont	elégséges
66 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Incze Kinga - Péntes Anna (2008) A reklám helye 2.0 - A hatékony médatervezés és -vásárlás kézikönyve, Media Spirit Consulting Kft., Budapest
