

Tárgytematika / Course Description

Integrált marketingkommunikáció tervezése és eszközszerrendszere

KGNM_MMTM086
Tárgyfelelős neve /
Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2018/19/2

Beszámolási forma /
Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /
Teaching hours(week): 2/2/0

Tárgy féléves óraszám /
Teaching hours(sem.): 0/0/0

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

Aláírás feltétele a szemináriumok látogatása, maximum 2 hiányzás megengedett.

- Félévközi munka: 10%
- Féléves beadandó feladat írásbeli leadása: 30% (minimum 15%)
- Féléves beadandó feladat prezentálása: 10%
- Írásbeli vizsga: 50% (minimum 25%)
- Érdemjegy: 0-50%: elégtelen, 21-65%: elégséges; 66-80%: közepes, 81-90%: jó, 91-100%: jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

- 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