

## Tárgytematika / Course Description

### Integrált marketingkommunikáció tervezése és eszköztrendszere

KGNM\_MMTM086

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2020/21/2

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 tantárgy célja az integrált marketingkommunikáció fogalmának megértése és az egyes kommunikációs eszközök sajátosságának elsajátítása.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

A tantárgy során elsajátítandó témakörök:

1. Bevezetés, fogalmak
2. A marketingkommunikáció és a fogyasztói magatartás kapcsolata
3. Célok, költségek
4. Reklámtervezés
5. Médiatervezés
6. PR
7. Szponzorálás
8. SP
9. DM
10. POP
11. PS
12. Kiállítások, vásárok
13. E-kommunikáció

---

### SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

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

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

Aki nem oldja meg a feladatokat, annak a vizsgaiőszakban lesz vizsga:

- Vizsga: 60 pont (minimum 30 pont)

Értékelés:

0-50: 1; 51-65: 2; 66-80: 3; 81-90: 4; 91-100: 5

---

## **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

- Horváth, D. - Bauer, A. (szerk.) (2013) Marketingkommunikáció - Stratégia, új média, fogyasztói részvétel, Akadémiai Kiadó (elérhető online a mersz.hu oldalról)
- Pelsmacker, P. – Geuens, M. – Van den Bergh (2018) Marketing Communications: A European Perspective, Pearson
- Bányai, E. - Novák, P. (szerk.) (2011) Online üzlet és marketing, Akadémiai Kiadó
- A Moodle felületén elhelyezett jegyzetek, anyagok, segédletek