

Tárgytematika / Course Description

Integrált marketingkommunikáció tervezése és eszközszerrendszere

KGNM_MMTM086

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2022/23/2

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

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 / ASSESMENT'S METHOD

A tantárgyból megajánlott jegy szerzhető. 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)

Értékelés:

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

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Pelsmacker, P. – Geuens, M. – Van den Bergh (2018) *Marketing Communications: A European Perspective*, Pearson

Horváth, D. - Bauer, A. (2016) *Marketingkommunikáció. Stratégia, új média, fogyasztói részvétel*, Akadémiai Kiadó, Budapest

SAS, I. (2018). *Reklám és pszichológia a webkorszakban: Upgrade 4.0–A kiegyezés kora [Advertising and Psychology in the Web Era: Upgrade 4.0–The Ege of Reconciliation]*. Budapest: *Kommunikációs Akadémia*.

Klausz Melinda (2020) *A közösségi média nagykönyve. Hogyan vidd sikerre a céged és önmagad. Új bővített kiadás.* Athenaum Kiadó, Budapest