

Tárgytematika / Course Description

Integrált marketingkommunikáció tervezése és eszközszerkezere

KGNM_MMTM086

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2023/24/2

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, kreatív koncepció
5. Médiatervezés, közösségi média
6. PR, közönségkapcsolatok
7. Szponzorálás
8. Értékesítésösztönzés, SP
9. Direkt marketing, adatbázismanagement, DM
10. Eladáshelyi reklámeszközök, POP, in-store kommunikáció
11. Személyes eladás, PS
12. Kiállítások, vásárok
13. E-kommunikáció

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

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

- Féléves projektfeladat kidolgozása prezentáció formájában 30 pont
- Féléves feladatok egy-egy témakörhöz kapcsolódóan 50 pont (10-szer 5 pont)
- Vizsga: 20 pont (minimum 20 pont)

Értékelés:

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

- Keller, V. (2016) Integrált marketingkommunikáció tervezése és eszközszerkezete. Online jegyzet, letölthető a Moodle felületéről;
 - 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 felülelten elhelyezett anyagok, jegyzetek
 - <https://matebalazs.hu/marketing-szotar.html>
 - Pelsmacker, P. - Geuens, M. - Van den Bergh (2018) Marketing Communications: A European Perspective, Pearson; Ang, L. (2018) Principles of Integrated Marketing Communications, Cambridge University Press
-

AJÁNLOTT IRODALOM / RECOMMENDED MATERIAL

- Klausz Melinda – Sáringer Viktória (2022) Újgenerációs közösségi média felületek és kommunikáció, Kozoszegi-Media.Com
- Klausz Melinda (2020) A közösségi média nagykönyve. Hogyan vidd sikerre a céged és önmagad. Új bővített kiadás. Athenaum 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.*