

Tárgytematika / Course Description

Marketing kommunikáció I.

LGB_SV026_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Konczosné dr. Szombathelyi Márta

Félév / Semester: 2015/16/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 15/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A tantárgy célja

- Az integrált marketingkommunikációs stratégia elkészítési folyamatának ismertetése,
- az egyes piacbefolyásolási technikák sajátosságainak, tervezési lépéseinek feltárása.

A tárgy során a hallgatók

- elsajátítják az integrált marketingkommunikációs stratégia lényegét, a tervezés egyes lépéseit
- megismerkednek az egyes marketingkommunikációs mix elemek lényegével, és tervezési lépéseivel.
- képesek lesznek a gyakorlati életben megtervezni egy komplex piacbefolyásolási kampányt.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

Témakör

A feldolgozandó tananyag témája

1.

Bevezetés. A kommunikáció folyamatmodellje. Push és pull stratégiák. Kommunikációs mix (ATL-BTL)

2.

A kommunikáció hatásmechanizmusa (AIDA, Dagmar),. Marketingkommunikációs kiadások.

3.

A reklám tervezésének folyamata. Reklámcélok. Reklám kommunikációs és forgalmi hatása. Reklám előkészítőjének meghatározása. Reklámügynökségek.

4.

A reklám költségvetés meghatározása, szerkezete, specialitások.

5.

Kreatív ötlet. Reklámstílusok változása. Reklámtörténet.

6.

Médiaválasztás. Médiatervezés. Versenykörnyezet

7.

Médiaválasztás. Reklámmédiumok sajátosságai: WoM, a nyomtatott sajtótermékek, a közterületi reklámok, és az audiovizuális reklámok kreatív elemei

8.

Médiaválasztás. Reklámmédiumok sajátosságai: Online marketing. Direkt marketing.

9.

Értékesítésösztönzés.

10.

Személyes eladás.

11.

PR, propaganda, publicitás.

12.

Reklám a XXI. században. Integrált marketingkommunikáció. Közösségi háló szerepe a marketingkommunikációban.

13.

Gerillamarketing. Vírusmarketing. Reklámfilmek.

14.

Deasign és márkaépítés. A csomagolás kommunikációs hatása.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A féléves aláírás feltétele: a szemináriumi órákon való részvétel és a beadandó feladat elkészítése

Zárthelyi, vizsga

Szemináriumi feladatok megoldása: 10%

Beadandó feladat elkészítése és prezentálása: 40%

Írásbeli vizsga: 50%

Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

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

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

Sándor Imre: [A marketingkommunikáció kézikönyve / Sándor Imre ; \[társszerző Tasnádi József\], 2006](#)

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Daniel L. Yadin, : [Hatékony marketingkommunikáció : \[Kézikönyv marketing - szakembereknek\] / 2000 \(658.8\)](#)

Fazekas Ildikó, Harsányi Dávid -: [Marketingkommunikáció / , 2003, cop. 2000 \(659\)](#)

Brochand, B. – Lendrevie, J.: A reklám alapkönyve, KJK-KERSZÖV, 2004, p. 23-33, 81-148, 153-203, 229-267.