

Tárgytematika / Course Description

Marketing kommunikáció I.

LGB_SV026_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2019/20/2

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

1.hét	A marketingkommunikáció fogalomköre. IMK
2.hét	Image, arculat
3.hét	Márkázás, márkáépítés
4.hét	A marketingkommunikáció területei
5.hét	Kampánytervezés
6.hét	Kreatív tervezés
7.hét	Médiatervezés
8.hét	Adatbázis-menedzsment, direktmarketing kommunikáció
9.hét	Értékesítésösztönzés
10.hét	Eladáshelyi reklámok
11.hét	Személyes eladás. Tárgyalástechnika
12.hét	PR, válságkommunikáció
13.hét	Események és rendezvények, kiállítások és vásárok
14.hét	Újszerű marketingkommunikációs megoldások

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Az értékelés módja

Elméleti vizsga a vizsgaidőszakban:

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:

- Fazekas, I. - Harsányi, D. (2011): Marketingkommunikáció érthetően, Szókratész Kiadó, Budapest;
- Keller, V. - Happ, É. Boros Roland (szerk.) (2016): Tantárgysegédlet a Marketingkommunikáció I. című tárgyhoz, Győr: Szerzői kiadás

Ajánlott irodalom:

- Horváth, D. - Bauer, A. (2013) Marketingkommunikáció, Akadémiai Kiadó, Budapest
-