

Tárgytematika / Course Description

Integrált marketingkommunikáció tervezése és eszköztrendszere

LGM_SV012_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Élő Gábor

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

Az integrált marketingkommunikáció **(IMC)** egy új megközelítése a kommunikációs eszközök működtetésének, ami során több csatornán kommunikálnak az emberek felé, akik vagy vásárolnak, vagy nem az alapján, amit látnak, hallanak vagy éreznek, s nem csak informálódnak a termékekről vagy a szolgáltatásokról. Az integrált marketingkommunikáció a vevők felé irányuló dialógusra épül, s kizárja a monológ jellegű megoldásokat. A vevők oldaláról igények merülnek fel, s ezeknek az igényeknek kell minél jobban (elsősorban a konkurenciánál jobban) megfelelni az üzleti siker érdekében.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

Időszak

A feldolgozandó tananyag témája

1. hét

Marketingkommunikáció alapfogalmai, integráltság jellemzői

2. hét

A PR tevékenység feladatai, irányultsága, célcsoportjai.

3. hét

A PR értelmezési módjai, a PR kommunikációs funkciója, a szervezeti célok és a PR tartalma, a PR lényeges jegyei.

4. hét

PR tevékenység csatornái és eszközei

5. hét

PR tervezése és szervezése

6. hét

A Corporate Identity tartalmi elemei

	7. hét
A Corporate Identity formai elemei	
	8. hét
Reklám új útjai	
	9. hét
Szponzoráció	
	10. hét
On-line marketing	
	11. hét
Gerilla marketing	
	12. hét
Promóciós költségvetés	
	13. hét
Promóciós-mix	
	14. hét
Promóció eredményeinek mérése	

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A féléves aláírás feltétele: a beadandó feladat elkészítése, gyakorlati órákon való részvétel (maximálisan megengedhető hiányzás 2 óra)

Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladat	40 pont
Írásbeli vizsga	60 pont (min. 31 pont kell az érvényes jegyhez)

Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

0 - 60 pont	elégtelen
61 - 70 pont	elégséges

71 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

P. Kotler: Marketing menedzsment

n **20. fejezet:**

A marketingkommunikáció tervezése

n **21. fejezet:**

A reklámprogramok tervezése

Szeles Péter: Public Relations a gyakorlatban, Geomédia Kiadó, Budapest 1999

Ajánlott irodalom:

[Móricz Éva - Téglássy Tamás](#): Kreatív tervezés a reklámban, [Aula Kiadó](#), 2002

[Szabó D. Tamás](#): Médiatervezés a reklámban, [Aula Kiadó](#), 2000