

## Tárgytematika / Course Description

### Integrált marketingkommunikáció tervezése és eszközszerrendszere

NGM\_SV012\_1

**Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Keller Veronika**Félév / Semester:** 2016/17/2**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 tárgy oktatásának célja, hogy a hallgatók átfogó ismereteket szerezzenek a marketingkommunikáció hatásmechanizmusáról és eszközszeréről, és képesek legyenek ezeknek az eszközöknek stratégia alapján megvalósított olyan integrált alkalmazására, amely a célok leghatékonyabb elérésének a feltételeit teremti meg. Ismerjék, és képesek legyenek úgy az ATL, mint a BTL valamint a legújabb módszerek és eszközök alkalmazására, a vállalati marketingkommunikációs feladatok meghatározására, azok szakszerű közvetítésére a marketingszolgáltatók, ügynökségek felé. Ismerjék a marketingszolgáltatók felépítését és tevékenységét, a marketingkommunikáció hatékony integrálásának a lépéseit.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

#### A feldolgozandó tananyag témája

1. hét

Bevezetés. Az integrált marketingkommunikáció koncepciója

2. hét

A marketingkommunikációs hatásmodellek áttekintése

3. hét

Célok kijelölése, költségvetés

4. hét

Reklám

5. hét

Médiatervezés

6. hét

PR

7. hét

Szponzoráció

8. hét

Értékesítésösztönzés

9. hét

Direkt marketing

10. hét

Eladáshelyi reklámok

11. hét

Kiállítás, vásár

12. hét  
Személyes eladás  
13. hét  
E-kommunikáció I.  
14. hét  
E-kommunikáció II.

---

## 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

Félévközi munka	10 pont
Beadandó feladat megírása (30%) és prezentálása (10%)	40 pont
Írásbeli vizsga	50 pont (min. 31 pont kell az érvényes jegyhez)

### Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

0 - 60 pont	elégtelen
61 - 76 pont	elégséges
67 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

---

## KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

### Kötelező irodalom

- Fazekas I. – Harsányi D. (2007): Marketingkommunikáció Szókratész Kiadó Budapest
- Horváth D. – Bauer A. (2013): Marketingkommunikáció Akadémiai Kiadó Budapest
- A Virtuális Karon elhelyezett segédletek, Letölthető: Felhasználó név: keller\_tant, Jelszó: Ver3\_Gx8T

### Ajánlott irodalom

- Pelsmacker, P. – Geuens, M. – Van den Bergh (2007) Marketing Communications: A European Perspective,

Pearson

- Ang, L. (2014) Principles of Integrated Marketing Communications, Cambridge University Press