



**TANTÁRGYI ADATLAP**

**MÉDIA ÉS KREATÍV TERVEZÉS**

**BMEGT20ML68**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

MÉDIA ÉS KREATÍV TERVEZÉS

### Azonosító

BMEGT20ML68

### A tantárgy jellege

kontaktórás tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	1
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

### Tanulmányi

teljesítményértékelés  
(minőségértékelés)

### típusa

vizsgaérdemjegy

### Kreditszám

3

### Tantárgyfelelős

*Neve*                      *Beosztása*                      *Email címe*

Dr. Veres István egyetemi adjunktus veres.istvan@gtk.bme.hu

### Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység

Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék

### A tantárgy weblapja

<https://edu.gtk.bme.hu>

### A tantárgy oktatásának nyelve

magyar - HU

### A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: **Marketing MSc 2017/18/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **4**

---

### Közvetlen előkövetelmények

*Erős*                      Nincs

*Gyenge*                      Nincs

*Párhuzamos*                      Nincs

*Kizáró feltételek*                      Nincs

### A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2024.05.29.) az 580439/11/2024 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2024.05.29-től.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

### Célkitűzések

A tantárgy célja, hogy megismertesse a hallgatókat a marketingkommunikáció egyik kiemelt területével a reklámmal. A kreatív reklám és médiatervezés alapjainak és alapfogalmainak megismertetésén túl aktuális példák-kon keresztül bemutatásra kerül, hogy a jelenlegi reklámalkotók hogyan értelmezik és fogalmazzák meg reklám-üzeneteiket.

### Tanulmányi eredmények

#### Tudás

1. Ismeri marketingkommunikáció eszközeit
2. Ismeri a kreativitás pszichológiai megközelítését
3. Ismeri a kreatív reklámalkotás folyamatát
4. Ismeri a különböző reklám típusokat és jellemzőit
5. Ismeri a kreativitás és a reklám összekapcsolásának lehetőségeit
6. Ismeri a mai korszerű médiatípusokat
7. Ismeri a kreatív reklámkampány tervezés lényeges lépéseit
8. Átfogóan megismeri a reklámok osztályozását és a kreatív reklám elhelyezését a reklámok között

#### Képesség

1. Képes megkülönböztetni a kreatív reklámot a többi reklám típustól
2. Képes elemezni és értékelni a kreatív reklám főbb összetevőit
3. Képes a kreatív reklámfolyamat elemzésére és értékelésére
4. Elsajátítja a kreatív reklámtervezés elemeit és képes ezen elemek szintézisére
5. Képes önállóan megalkotni egy kreatív reklámot a félévnyi kreatív reklámtervezési feladat keretében
6. Képes megfogalmazni és önálló véleményt alkotni a reklámokról
7. Képes gondolatait rendezett formában írásban és prezentációban is kifejezni

#### Attitűd

1. Együttműködik az ismeretek bővítése során az oktatóval és hallgató társaival,
2. Önállóan és csapatban is dolgozik, miközben folyamatosan bővíti tudását
3. Nyitott a korszerű technológiai eszközök használatára
4. Folyamatos ismeretszerzéssel bővíti tudását,
5. Törekszik saját kreativitásának fejlesztésére és kiteljesítésére
6. Nyitott a saját és mások ötleteinek elfogadására és integrálására a kreatív alkotófolyamatok mentén.
7. Nyitott a sablonmentes megoldások irányába.

#### Önállóság és felelősség

1. Önállóan elemzi és értékeli a kiválasztott reklámokat
2. Nyitott a kreatív problémamegoldásra
3. Önállóan és csapatban is képes dolgozni
4. A problémamegoldás során elemzi és értékeli a rendelkezésre álló információkat és ennek segítségével többpólusú problémamegoldás irányába fejlődik tovább
5. Médiatervezési döntéseket hoz
6. Nyitottan fogadja a megalapozott kritikai észrevételeket
7. A kreatív reklámalkotás során a hallgatói csapat részeként együttműködik az alkotási folyamatban
8. Elfogadja és integrálja ismereteibe mások véleményét, ötleteit
9. Önálló ötleteket alkot és bemutatja azokat hallgató társainak.

### Oktatásmódszertan

Előadások, és órai bemutatók, kommunikáció írásban és szóban, IT eszközök és technikák használata. Önállóan és csapatban készített feladatok, reklámalemezések és értékelések.

### Tanulástámogató anyagok

- Veres I. (2018): Kreatív és médiatervezés
- Móricz É.-Téglássy T. (2002): Kreatív tervezés a reklámban
- Sas I (2007): Az ötletes reklám – Kommunikációs Akadémia

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése egy évközi írásbeli tanulmány – házi feladat - és az előadásokon tanúsított aktív részvétel alapján történik.

### Teljesítményértékelési módszerek

A. Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: B. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés (vizsga) A vizsga elemei:] 1. írásbeli teljesítményértékelés

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- részteljesítmény értékelés (házi feladat, aktív részvétel): : 15
- összesen:: 15

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- írásbeli vizsga: 100
- évközi opcionális házi feladat és órai pontok: 15
- összesen::

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Az aláírásnak nincs külön követelménye.

### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	90
Jeles	85–89
Jó	72,5–84
Közepes	65–72
Elégéséges	50–64
Elégtelen	49

### Javítás és pótlás

TVSz. szerinti javítás és pótlás.

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt órákon	6
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	54
vizsgafelkészülés	30
összesen	90

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőlet véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2024. 05.06-án. Érvényes 2024.05.06-tól.

# III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

## TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

### A félévben sorra vett témák

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények eléréséhez a tantárgy a következő tematikai blokkokból áll. Az egyes félévekben meghirdetett kurzusok syllabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok szerint.

- 1 MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ modern értelmezése és a kommunikáció folyamata. Reklám hagyományos értelmezése és a reklámozás hazai helyzete; Pszichológia és reklám: ígéret, csábítások és befolyásolás a reklámokban.
- 2 KREATIVITÁS TÖRTÉNETE és elméleti áttekintése. A kreativitás szerepe és feladata a vállalkozás marketing kampányainak sikerében. A kreatív gondolkodás szociológiája. Kreatív reklám tervezés alapelvei és a tervezés folyamata.
- 3 KREATÍV REKLÁM és kreatív reklámalkotás folyamata. Nagy ötlet vagy nagy humbug? Fogyasztók a reklámok útvesztőjében: célcsoport-meghatározás, releváns és irreleváns információk a reklámevolúcióban. Siker kulcsa: befolyásolás, figyelemfelkeltés és kreativitás
- 4 KONCEPCIÓALKOTÁS, KÓDOLÁSI FOLYAMAT lényege és tartalma. Reklámkészítési szabályok és receptek Ogilvy szerint: szövegírás, szlogenek és reklámszövegek; kreatív reklám vetületei aktuális reklámokban. Kreativitás a reklám szép új világában.
- 5 MÉDIATERVEZÉS ELMÉLETE, feltételei, folyamata. A fogyasztói igényekre épülő média megjelenés. Reklámeszközök tulajdonsága és használata. Küzdelem a fogyasztó figyelméért: értelem vs. érzelem
- 6 MÉDIA ÉS REKLÁMKUTATÁS alapjai: reklám elő-, és utókutatás. Közönségmérés fontosabb kutatásai.

### További oktatók

Dr. Veres István egyetemi adjunktus veres.istvan@gtk.bme.hu

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Tantárgyi adatlap I. és II. részén túli III. részét az érintett szak(ok) szakfelelőse(i)vel való egyeztetés alapján az 1.8. pontban megjelölt Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék vezetője hagyja jóvá.