



TANTÁRGYI ADATLAP

MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ

BMEGT20A020

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ

Azonosító

BMEGT20A020

A tantárgy jellege

kontaktórás tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	2
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

Tanulmányi

teljesítményértékelés
(minőségértékelés)

típusa

félévközi
érdemjegy

Kreditszám

3

Tantárgyfelelős

<i>Neve</i>	<i>Beosztása</i>	<i>Email címe</i>
-------------	------------------	-------------------

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

Közvetlen előkövetelmények

Erős Marketing alapjai (BMEGT20A004)

Gyenge Nincs

Párhuzamos Nincs

Kizáró feltételek Marketing II. (BMEGT20A016)

A tantárgyleírás érvényessége

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

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A tantárgy célja, hogy a hallgatók - a tárgy elsajátítása során olyan témaköröket feldolgozva, melyek az alapmarketing ismertekre építenek - a legújabb marketingkommunikációs elméleti megközelítéseket és gyakorlati megvalósításokat ismerve, felismerve, majd alkalmazva legyenek döntés- és cselekvésképesek. A marketingkommunikáció eszközeinek átfogó általános ismeretén kívül a marketingkommunikációhoz kapcsolódó újszerű elméleteket, mint gerillamarketing, alternatív reklámok és termékelhelyezés megismerjék, valamint ezen ismeretek gyakorlati alkalmazását felismerjék.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.
2. Ismeri és érti a gazdálkodási folyamatok irányításának, szervezésének és működtetésének alapelveit és módszereit, a gazdálkodási folyamatok elemzésének módszertanát, a döntés-előkészítés, döntéstámogatás módszertani alapjait.
3. Elsajátította a szakszerű és hatékony kommunikáció írásbeli és szóbeli formáit, az adatok bemutatásának táblázatos és grafikus módjait.
4. Elsajátítja a marketingkommunikációs stratégia készítés általános ismereteit, el tudja helyezni a vállalati stratégia szintjén.
5. Megismeri a marketingkommunikáció lényeges, alapeszköztárát, kiemelten az ATL és BTL

Képesség

1. A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
2. Követi és értelmezi a világgazdasági, nemzetközi üzleti folyamatokat, a gazdaságpolitika és a szakterület szerint releváns, kapcsolódó szakpolitikák, jogszabályok változásait, azok hatásait, ezeket figyelembe veszi elemzései, javaslatai, döntései során.
3. Képes a gazdasági folyamatok, szervezeti események komplex következményeinek meghatározására.
4. Képes együttműködni más szakterületek képviselőivel.
5. Projektben, csoportos feladatmegoldásban vesz részt, a gyakorlati tudás, tapasztalatok megszerzését követően azokban vezetőként a tevékenységet vezeti, szervezi, értékeli, ellenőrzi.
6. A fogalmi és elméleti szempontból szakszerűen megfogalmazott szakmai javaslatot, álláspontot szóban és írásban, a szakmai kommunikáció szabályai szerint prezentálja.

Attitűd

1. A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
2. Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.
3. Nyitott az adott munkakör, munkaszervezet, vállalkozás tágabb gazdasági, társadalmi környezetének változásai iránt, törekszik a változások követésére és megértésére.
4. Törekszik az életen át tartó tanulásra a munka világában és azon kívül is.
5. A tanult elméletek közül ismerjék és alkalmazni tudják az AIDA és DAGMAR-hatáshierarchia modelleket, felismerjék és a főbb összefüggéseit értelmezzék az STP stratégiának és a pozícionálási módszereket gyakorlati példákon keresztül értelmezzék, valamint az észlelési térkép elméleti és gyakorlati összefüggéseit elsajátítják és képesek legyenek azt gyakorlati példákon keresztül értelmezni

Önállóság és felelősség

1. Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.
2. Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal.
3. Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.
4. Projektek, csoportmunkák, szervezeti egységek tagjaként a rá eső feladatokat önállóan, felelősséggel végzi

Oktatásmódszertan

Előadások, kommunikáció írásban és szóban, IT eszközök és technikák használata, opcionális önállóan és csoportmunkában készített feladatok, munkaszervezési technikák.

Tanulástámogató anyagok

- Kovács I., Magyar M.: Marketingkommunikáció, oktatási segédanyag
- Bauer A., Horváth D. (szerk.): Marketingkommunikáció, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2013

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése két évközi írásbeli teljesítménymérés (összegző tanulmányi teljesítményértékelés), házi feladatok illetve kettő évközi teljesítménymérés alapján történik.

Teljesítményértékelési módszerek

1. Összegző tanulmányi teljesítményértékelés: A két évközi írásbeli teljesítménymérésre kerül sor, előre ismertett turnusok szerinti bontásban. A két írásbeli teljesítményméréssel max. 200 (100-100) pont szerezhető. A tárgy teljesítési feltétele a két dolgozat egyenkénti eredményes, 50-50%-os teljesítése (50-50 pont). 2. Részteljesítmény-értékelés (házi feladat): a házi feladat opcionális, a szorgalmi időszakban, az előadásokon meghirdetettek szerint teljesíthető, nem pótolható. Az összegző tanulmányi teljesítményértékelés 50%-a felett kerül figyelembe vételre. A házi feladat témája az előadáson kerül ismertetésre. Az elkészített házi feladatot a hallgatónak prezentálnia is kell (lásd. 3.2 pont aktív részvétel része). 3. Részteljesítmény-értékelés (aktív részvétel): a hallgatónak az opcionális házi feladatot prezentálnia kell az utolsó előadás során. 4. A 2. és 3. Pontban részletezett házi feladat és aktív részvétellel együttesen 20 pont szerezhető meg, amelyet a két zárthelyi legalább 50%-os teljesítése esetén számítunk csak bele a pontszámba.

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- 1. összegző tanulmányi teljesítményértékelés: 50
- 2. összegző tanulmányi teljesítményértékelés: 50
- részteljesítmény értékelés (házi feladat és aktív részvétel): 10
- összesen: 110

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	91
Jeles	87,5–90
Jó	75–87
Közepes	62–74,5
Elégéséges	50–61,5
Elégtelen	0-49

Javítás és pótlás

1) Az egyes évközi teljesítményértékelést külön-külön minimum 50%-ban kell teljesíteni. 2) A két összegző tanulmányi teljesítményértékelés javítása esetén a korábbi és az új eredmény közül az új eredményt vesszük figyelembe. 3) Pótpót zárthelyire nincs lehetőség. 4) Az opcionális házi feladat, és az év végi prezentáció jellegéből adódóan nem póto

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	28
felkészülés a teljesítményértékelésekre	37
házi feladat elkészítése	10
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	15
összesen	90

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtestület 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 sillabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok szerint.

- 1 Kommunikációs célok és hatások, hatáshierarchia-modellek
- 2 Marketingkommunikációs stratégia és célcsoport meghatározás
- 3 Pozicionálás, pozicionálási stratégiák és pozicionálási kereszt
- 4 ATL eszközök
- 5 Reklámköltségvetés és -hatékonyság
- 6 BTL eszközök
- 7 Termékelhelyezés, alternatív reklámok
- 8 Társadalmi kommunikáció
- 9 Kreatív reklám
- 10 Gerillamarketing
- 11 Direktmarketing

További oktatók

Dr. Szalkai Zsuzsanna egyetemi docens szalkai.zsuzsanna@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.