



**TANTÁRGYI ADATLAP**

**A DIVAT ÉS REKLÁM PSZICHOLOGIÁJA**

**BMEGT52V100**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

A DIVAT ÉS REKLÁM PSZICHOLÓGIÁJA

### Azonosító

BMEGT52V100

### A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

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

### Tanulmányi

teljesítményértékelés

(minőségértékelés)

### típusa

félévközi

érdemjegy

### Kreditszám

2

### Tantárgyfelelős

*Neve* *Beosztása* *Email címe*

Dr. Juhász Márta docens juhasz.marta@gtk.bme.hu

### Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység

Ergonómia és Pszichológia Tanszék

### A tantárgy weblapja

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

### A tantárgy oktatásának nyelve

magyar - HU

### A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

### Közvetlen előkövetelmények

*Erős* Nincs

*Gyenge* Nincs

*Párhuzamos* Nincs

*Kizáró feltételek* Nincs

### A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2024.12.11.) az 581478/13/2024 iktatószámmon hozott határozatával, amely érvényes 2024.12.11-től.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

### Célkitűzések

A tantárgy fő célkitűzése, hogy a divatot és reklámot, mint két összefüggő témát a (vélt) befogadó, a készítő és a viselő és a reklámozó perspektívájából interdiszciplináris megközelítésben mutassa be. A filozófia, közgazdaságtudomány, biológia, hálózattudomány, alkalmazott művészetek stb. együttes tudására támaszkodva tárgyalja a témákat pszichológiai szemszögből.

### Tanulmányi eredmények

#### Tudás

1. Ismeri a szakterülethez kötődő fogalomrendszert, a legfontosabb összefüggéseket és elméleteket,
2. ismeri a kötődő fő pszichológiai elméleteket.

#### Képesség

1. Képes önálló tanulás megtervezésére, megszervezésére és végzésére,
2. képes megérteni és használni a témák jellemző szakirodalmát,
3. képes arra, hogy szakmailag adekvát módon, szóban és írásban kommunikáljon a témákról anyanyelvén és/vagy idegen nyelven.

#### Attitűd

1. Nyitott a szakterületéhez kapcsolódó tudás bővítésére.
2. Nyitott és motivált a megszerzett tudás alkalmazására.
3. Együttműködik az ismeretek bővítése során az oktatóval és hallgató társaival.
4. Nyitott az információtechnológiai eszközök használatára, amelyet a kurzus során alkalmazunk.

#### Önállóság és felelősség

1. Elvárja és hasznosítja az új ismereteket.
2. Aktívan részt vesz az ismeretelsajátítás folyamatában.

### Oktatásmódszertan

#### Előadások

#### Tanulástámogató anyagok

- Tankönyvek, jegyzetek, letölthető anyagok – Textbooks and downloadable material
- Ogilvy, D. (1992-2006). A reklámról. Budapest, Park Kiadó
- Pratkanis, A. – Aronson, E. (1992). A rábeszélőgépek. Budapest, Ab Ovo Kiadó
- Packard, V. (1971). Feltörekvés, reklám, szexualitás Amerikában. Budapest, Gondolat Kiadó
- Steel, J. (2003). Igazság, hazugság, reklám. Budapest, Sanoma Kiadó
- Toscani, O. (1999). Reklám te mosolygó hulla. Budapest, Park Kiadó
- Aronson, E. (1960-1998). A társas lény. Budapest, KJK
- Dichter, E. (1964). Handbook of consumer motivation. New York, McGraw-Hill
- Ogilvy, D. (1995). Egy reklámszakember vallomásai. Budapest, Park Kiadó
- Packard, V. (1964). Tékozlók. Budapest, Kossuth Kiadó
- Zétényi Tamás (1999). Direkt marketing kézikönyv. Budapest, Magyar Posta

## 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) alapján történik.

#### Teljesítményértékelési módszerek

A. Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: 1. Két feladatválasztásos teszt, mint részteljesítmény értékelés.

#### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

#### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

#### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

#### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	91
Jeles	> 90
Jó	73–89
Közepes	50–72
Elégséges	49–33
Elégtelen	< 32

#### Javítás és pótlás

1. Az részteljesítmény értékelések a pótlási időszakban – első alkalommal – díjmentesen pótolható vagy javítható.

#### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	28
részteljesítmény értékelésre felkészülés	32
összesen	60

#### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtestület véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2024. 11.04-én. Érvényes 2024.11.04-től.

# 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 Bevezetés: divat, reklám, gazdaság, pszichológia
- 2 Semmi sem az, aminek látszik: percepció, alakfelismerés (pattern recognition)
- 3 Hogyan esünk szerelembe - a brand/márka
- 4 Mi befolyásol? A csoport pszichológiája
- 5 Hol-mi? A tartalom helye
- 6 Public relations
- 7 Célcsoportnak hirdetésünk vagy beépített a bukás
- 8 Hogyan készül a reklám? Elméletben & valójában
- 9 Divat, reklám és 'sebezhetőségünk'
- 10 Fashion without advertising (Zara) - Fashion & Computer? (Apple)
- 11 Food is the new fashion - The 'haute cuisine'.
- 12 A fekete leves (Nespresso - lassú brand építés)
- 13 Making of a Brand - LadyGaga Kft.
- 14 Tinta a bőr alatt ( a tetoválás - ilyen divathullám még nem volt)
- 15 Bevezetés: divat, reklám, gazdaság, pszichológia
- 16 Semmi sem az, aminek látszik: percepció, alakfelismerés (pattern recognition)

### További oktatók

Dr. Zétényi Tamás zetenyi.tamas@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 Ergonómia és Pszichológia Tanszék vezetője hagyja jóvá.