



TANTÁRGYI ADATLAP

REKLÁMSZOCIOLÓGIA

BMEGT439767

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

REKLÁMSZOCIOLÓGIA

Azonosító

BMEGT439767

A tantárgy jellege

kontaktórás tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

| <i>Típus</i> | <i>óraszám</i> |
|--------------|----------------|
| Előadás | 12 |
| Gyakorlat | 0 |
| Laboratórium | 0 |

Tanulmányi

teljesítményértékelés
(minőségértékelés)

típusa

félévközi
érdemjegy

Kreditszám

2

Tantárgyfelelős

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

Dr. Tófalvy Tamás egyetemi docens tofalvy.tamas@gtk.bme.hu

Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység

Szociológia és Kommunikáció Tanszék

A tantárgy weblapja

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

A tantárgy oktatásának nyelve

magyar - HU

A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: Szabadon választható tárgyak

Tantárgy szerepe: Szabadon választható

Ajánlott félév: 0

Szak: Szabadon választható tárgyak

Tantárgy szerepe: Szabadon választható

Ajánlott félév: 0

Szak: Pszichológia mesterszak - Ajánlott szabadon választható tárgyak

Tantárgy szerepe: Szabadon választható

Ajánlott félév: 0

Szak: Szabadon választható tárgyak

Tantárgy szerepe: Szabadon választható

Ajánlott félév: 0

Közvetlen előkövetelmények

Erős Nincs

Gyenge Nincs

Párhuzamos Nincs

Kizáró feltételek Nincs

A tantárgyleírás érvényessége

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A kurzus célkitűzése, hogy ismereteket adjon a reklámkommunikációról, mint a társadalmi kommunikáció egyik sajátos formájáról. A kurzuson a hallgatók betekintést kapnak a reklámok társadalmi szerepéről, készítési sajátosságairól, médiaválasztásról, kreatív tervezés néhány módszeréről. A jelentkezők megismerkednek a reklámok történelmével, természetével, fogadtatásával, hatásukkal, valamint hatékonyságuk néhány vizsgálati technikájával. Betekintést nyernek az egyes médiumok sajátosságaiba. A kurzus olyan kérdésekre keres (és talál) válaszokat, mint például: hogyan készül a reklám? Milyen törvényszerűségeket célszerű figyelembe venni? Milyen lépésekből tevődik össze a reklámkészítés? Hogyan épül fel egy reklámkampány? Hogyan lehet a hatékonyságát, hatását ellenőrizni? Milyen technikai feltételeknek kell eleget tennie?

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Ismeri a reklám világában fellelhető szabályszerűségek leírásához szükséges fogalmakat, a legfontosabb összefüggéseket és elméleteket
2. Ismeri a reklámtevékenységek mélyében meghúzódó befolyásolási mechanizmusokat
3. Ismeri a különböző reklámtípusokat, reklámtechnikákat

Képesség

1. Képes önálló tanulás megtervezésére, megszervezésére és végzésére
2. Képes megérteni és használni a reklámszociológiával kapcsolatos témák jellemző szakirodalmát, könyvtári forrásait
3. Képes arra, hogy a mindennapi életben felismerje a reklámszociológia által elemzett tipikus társadalmi helyzeteket, és a gyakorlatban hasznosítsa az elméletben tanultakat

Attitűd

1. Nyitott a reklámszociológia által folyamatosan termelt új információk megismerésére és befogadására
2. Együttműködik az ismeretek bővítése során az oktatóval és hallgató társaival
3. Folyamatos ismeretszerzéssel bővíti tudását, nyitott az információtechnológiai eszközök használatára

Önállóság és felelősség

1. Nyitottan fogadja a megalapozott kritikai észrevételeket

Oktatásmódszertan

Előadások

Tanulástámogató anyagok

- A tantárgy elvégzéséhez szükséges oktatási anyagok, szakirodalom a kurzus moodle-oldaláról érhető el a hallgatóknak (edu.gtk.bme.hu)

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

Az órákon való részvétel és a zárthelyi dolgozatok megírása

Teljesítményértékelési módszerek

Zárthelyi dolgozatok értékelése

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- Zárthelyi dolgozat: 100

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

A zárthelyi dolgozatok megírása

Érdemjegy-megállapítás

| | |
|------------|-------|
| Jeles | 96 |
| Jeles | 90–95 |
| Jó | 80–89 |
| Közepes | 60–79 |
| Elégéséges | 50–59 |
| Elégtelen | < 50 |

Javítás és pótlás

A javítás és pótlás rendjét a hatályos TVSZ szabályozza.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

| | |
|-------------------------------|----|
| részvétel a kontakt tanórákon | 24 |
| felkészülés a zárthelyire | 36 |
| Összesen | 60 |

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

A félévben sorra vett témák

A kurzus során Kovács Levente és Berta László vezeti be a hallgatókat a reklám izgalmas történetébe és a reklám és társadalom összefüggéseibe. A két előadó mellett, hogy sokéves reklámszakmai gyakorlattal és múlttal rendelkezik, a hazai reklámtörténet és -ismeretterjesztés úttörői: a reklamtortenet.hu oldal alapítóiként több éve gondozzák a szakma történetének legfontosabb magyar nyelvű fórumát. A kurzuson többek között a következő témákban merülhet el a hallgatóság: a fogyasztás szociológiája, a reklámszakma gyökerei, a kreatívforradalom, vagy éppen a reklámtörténelem legnagyobb hatású kampányai.

- 1 A probléma felvetése: Mi a reklám?
- 2 A fogyasztás szociológiája
- 3 A fogyasztói társadalom új embertípusa
- 4 A reklámszakma gyökerei
- 5 A "humbug anatómiája" – A reklámszakma úttörői
- 6 A "humbug anatómiája" – A kreatívforradalom és hatása
- 7 A „humbug anatómiája” – Brit reklámosok
- 8 Howard Gossage
- 9 A reklámtörténelem legnagyobb hatású kampányai
- 10 A döntésgyár
- 11 A reklámszakma 50 árnyalata
- 12 Új világ hajnalán

További oktatók

Berta László külsős oktató laszlo.bera@reklamtortenet.hu

Kovács Levente külsős oktató levente.kovacs@reklamtortenet.hu

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége