



TANTÁRGYI ADATLAP

DIGITÁLIS ÉS ONLINE TARTALOMFEJLESZTÉS

BMEGT43M160

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

DIGITÁLIS ÉS ONLINE TARTALOMFEJLESZTÉS

Azonosító

BMEGT43M160

A tantárgy jellege

kontaktórás tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

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

Tanulmányi

teljesítményértékelés
(minőségértékelés)

típusa

vizsgaérdemjegy

Kreditszám

5

Tantárgyfelelős

Neve *Beosztása* *Email címe*

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: **Kommunikáció és médiatudomány mesterszak - Digitális média specializáció (2018-tól)**

Tantárgy szerepe: **Szakirányon kötelező**

Ajánlott félév: **2**

Szak: **Kommunikáció és médiatudomány mesterszak - Kulturális iparágak specializáció (2018-tól)**

Tantárgy szerepe: **Szakirányon választható**

Ajánlott félév: **2**

Szak: **Kommunikáció és médiatudomány mesterszak - Kommunikációtervezés specializáció (2018-tól)**

Tantárgy szerepe: **Szakirányon választható**

Ajánlott félév: **2**

Szak: **Kommunikáció- és médiatudomány mesterszak - Digitális média specializáció (2016-tól)**

Tantárgy szerepe: **Szakirányon kötelező**

Ajánlott félév: **2**

Szak: **Kommunikáció- és médiatudomány mesterszak - Kommunikációtervezés specializáció (2016-tól)**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **2**

Közvetlen előkövetelmények

Erős Nincs

Gyenge Nincs

Párhuzamos Nincs

Kizáró feltételek Nincs

A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2023.03.29.) az 580251/13/2023 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2023.03.29-től.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A kurzus célja, hogy gyakorlati úton mutassa be a hallgatóknak, hogyan jön létre, hogyan valósul meg a tartalom-disztribúció és monetizáció egy olyan digitális ökoszisztémában, ahol a fő bevételi forrás még az ingyenes szerkesztőségi tartalom melletti hirdetéseké, de már egyre nagyobb szeletben a natív és márkázott tartalmaké; és ahol a tartalmak terjesztésében az aggregátorok játsszák a főszerepet. A megértés mellett fontos cél az is, hogy a hallgatók maguk aktívan, kreatívan tudjanak részt venni a folyamatban, és alakítani azt. Stratégiailag gondolkodjanak, tisztában legyenek a szerkesztőségi és kereskedelmi szempontokkal egyaránt, és azzal is, hogy a tartalom ma már jöhet mindkét oldalról. Egyfajta összekötő szerepre készüljenek fel, a két egyre jobban egybefonódó világ között, de egyben értsék is azokat értékeket (függetlenség, hirdetői szponzoráció feltüntetése, etc.), amelyek fontosak a minőségi, hosszú távon fenntartható és jövedelmező szerkesztőségi és branded valamint tartalommarketinges tartalmak előállításában is. Olyan kérdésekkel foglalkozunk például, hogy: hogyan kell egy közösségi platformon vagy online médiavállalatnál megtervezni a tartalommenedzsmentet, a tartalomfolyamot és -struktúrát? Hogyan kell kiválasztani a közönséget, kiszolgálni az igényeket, és megtervezni a munkafolyamatot? Ugyanezt hogyan kell végrehajtani min thirdető, azaz tartalommal kommunikáló vállalat, vagy digitális felületeken jelenlévő, kommunikáló szereplő? Meghívott gyakorlati szakemberek számolnak be a szakmai eljárásokról, esettanulmányokat elemzünk és együtt dolgozunk – mindezt külső helyszíneken, a közreműködő médiavállalatoknál és ügynökségeknél. A gyakorlatok során saját tartalomfejlesztési projektek, stratégiák kidolgozásán és megvalósításán dolgozunk média vagy tartalommarketing területen, rendszeres beadandókkal, miközben betekintünk digitális nagyvállalatok, szerkesztőségek, archívumok gépházaiba.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Ismeri a kommunikáció és média területét meghatározó társadalmi, strukturális, gazdasági és politikai folyamatok legfontosabb tényezőit
2. Ismeri a kommunikáció és kultúra összefüggéseit, e kapcsolat különböző szintű megnyilvánulásait és ezek következményeit a társadalmi kommunikáció összefüggésrendszerében.

Képesség

1. Képes az elméleti és a gyakorlati munkája során megismert kommunikációs szinteken és színtereken feltárt tények alapos és részletes elemzésére és az eredményekből kibontható összefüggések feltárására
2. A kommunikáció és médiakutatás területén képes a feldolgozott információk alapján reális értékítéletet hozni, és az ezekből levonható következtetésekre építve önálló javaslatokat megfogalmazni
3. Szakmai szóhasználata során magabiztosan használja a szakma szókincsét, a szakma szaktudományos alapfogalmait, és a rájuk épülő speciális szakszókészlet elemeit.

Attitűd

1. Képes kommunikációs készségek elsajátítására és ezek folyamatos fejlesztésére, önreflexióra e területen mutatott képességeivel kapcsolatban

Önállóság és felelősség

1. Egy szakmai munkaközösségbe kerülve képes az ottani szakmai elvárásoknak megfelelően összetett feladatokat elvégzésére, illetve irányítására
2. Felelősséget vállal az általa készített anyanyelvű és idegen nyelvű szakmai szövegekért, tudatában van azok lehetséges következményeinek.

Oktatásmódszertan

előadás, órai és önállóan elvégzendő gyakorlati feladatok, saját hallgatói projekt tervezése és kivitelezése

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

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése: A félév végi aláírás megszerzésének feltétele a kurzus oktatói illetve meghívott előadók által tartott órák órák 70%-án való részvétel.

Teljesítményértékelési módszerek

A projektek értékelése, projektbemutató előadás, a projekt fázisairól készített jelentések értékelése

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- Órai munka és jelenlét: 50

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- Projektmunka: 50

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Az órák legalább 70 százalékán való részvétel

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	96
Jeles	90–95
Jó	77–89
Közepes	64–76
Elégéséges	50–63
Elégtelen	< 50

Javítás és pótlás

A javítás és pótlás rendjét mindig a hatályos TVSZ szabályozza.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon/gyakorlat	56
felkészülés a teljesítményértékelésekre	94
összesen	150

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtanács véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2023.03.13-án. Érvényes 2023.03.13-tól.

III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

A félévben sorra vett témák

A kurzus célja, hogy gyakorlati úton mutassa be a hallgatóknak, hogyan jön létre, hogyan valósul meg a tartalom-disztribúció és monetizáció egy olyan digitális ökoszisztémában, ahol a fő bevételi forrás még az ingyenes szerkesztőségi tartalom melletti hirdetéseké, de már egyre nagyobb szeptben a natív és márkázott tartalmaké; és ahol a tartalmak terjesztésében az aggregátorok játsszák a főszerepet. A megértés mellett fontos cél az is, hogy a hallgatók maguk aktívan, kreatívan tudjanak részt venni a folyamatban, és alakítani azt. Stratégiailag gondolkodjanak, tisztában legyenek a szerkesztőségi és kereskedelmi szempontokkal egyaránt, és azzal is, hogy a tartalom ma már jöhet mindkét oldalról. Egyfajta összekötő szerepre készüljenek fel, a két egyre jobban egybefonódó világ között, de egyben értsék is azokat értékeket (függetlenség, hirdetői szponzoráció feltüntetése, etc.), amelyek fontosak a minőségi, hosszú távon fenntartható és jövedelmező szerkesztőségi és branded valamint tartalommarketinges tartalmak előállításában is. Olyan kérdésekkel foglalkozunk például, hogy: hogyan kell egy közösségi platformon vagy online médiavállalatnál megtervezni a tartalommenedzsmentet, a tartalomfolyamatot és -struktúrát? Hogyan kell

kiválasztani a közönséget, kiszolgálni az igényeket, és megtervezni a munkafolyamatot? Ugyanezt hogyan kell végrehajtani mint hirdető, azaz tartalommal kommunikáló vállalat, vagy digitális felületeken jelenlévő, kommunikáló szereplő? Meghívott gyakorlati szakemberek számolnak be a szakmai eljárásokról, esettanulmányokat elemzünk és együtt dolgozunk – mindezt külső helyszíneken, a közreműködő médiavállalatoknál és ügynökségeknél. A gyakorlatok során saját tartalomfejlesztési projektek, stratégiák kidolgozásán és megvalósításán dolgozunk média vagy tartalommarketing területen, rendszeres beadandókkal, miközben betekintünk digitális nagyvállalatok, szerkesztőségek, archívumok gépházaiba.

- 1 Bevezetés; Projekttervezés 1; Projekttervezés 2; Szöveges tartalmak; Audiotartalmak; Videotartalmak; Projekttervezés 3; Projekttervezés 4; Közösségi médiatartalmak; Szerkesztőségi tartalmak; Prezentációk 1; Prezentációk 2

További oktatók

Gács Anna egyetemi docens gacs.anna@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 Szociológia és Kommunikáció Tanszék vezetője hagyja jóvá.