

TANTÁRGYI LEÍRÁS

A tantárgy neve magyar nyelven:	Stratégiai közösségi média marketing
A tantárgy neve angol nyelven:	Strategic Social Media Marketing
A tantárgy kreditértéke:	6
A tantárgy elektronikus tanulmányi rendszer kódja:	ML-STRKMM-06-GY
A tantárgy besorolása:	kötelező
Az oktatás nyelve (ha az nem magyar):	magyar
A tantárgy gondozásáért felelős szervezeti egység:	Marketing Intézet
A tanóra típusa és óraszám:	Gyakorlat, heti óraszám: 0, féléves óraszám: 20
Munkarend (nappali / levelező):	Levelező
A tantárgy meghirdetésének féléve:	2022/2023 1. félév
Előtanulmányi feltételek:	-

A TANTÁRGY CÉLJA, TANULÁSI EREDMÉYNEK:

A hallgatók a kurzuson tanultak segítségével megismerkednek az új médium, a közösségi média kommunikációjának szabályaival, lehetőségeivel.

Megismerik a Google News és a Google Alerts alkalmazásának előnyeit. A kurzus hangsúlyt fektet az interaktivitást adó közösségi felületek (blogok, Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest, Instagram, TikTok, Snapchat stb.) alkalmazásának előnyeire, módszereire. A kurzus célja, hogy olyan betekintést nyújtson a második generációs online világba, amelynek felhasználásával a gyakorlati életben hatékony social media-kampányok tervezése, kivitelezése és analitikája valósítható meg.

A TANTÁRGY TARTALMÁNAK RÖVID LEÍRÁSA:

A képzés keretében a hallgatók elsajátíthatják a közösségi média legfontosabb beállításait, megosztási lehetőségeit és technikáit, amelyek a mindennapi munkavállalás során befolyásolhatják őket.

Témák:

- Közösségi média felületek
- Információk rólunk – amit mi töltöttünk fel és amit mások rólunk? Mit tegyünk velük?
- Megosztások típusai, beállítások
- Mit láthatnak rólunk mások?
- Likejacking, adathalászat, lájk- és profillopás
- Spamek, scamek, álinformációk és ál-nyereményjátékok – hogyan ismerjük fel?
- Munkavállaló és munkáltatói jogok a közösségi média térben

A HALLGATÓ FELADATAI, TERVEZETT TANULÁSI TEVÉKENYSÉGEI:

Hallgatói beadandó dolgozat keretében 3 esettanulmány feldolgozása a témakörben bemutatva egy cég teljes online közösségi média tevékenységét és/vagy new media használatát.

A TÁRGY ÉRTÉKELÉSE:

A dolgozat oldalszáma minimum 3 oldal, maximum oldalszám-kikötés nincs.

A 3 esettanulmány értékelése során az esettanulmányok kifejtettsége, pozitív, negatív értékelése (Mi a jó az eset megvalósításában? Mi nem volt megfelelő?) és fejlesztendő területeinek meghatározása a kiemelten fontos.

Az esetek kiválasztása során a hallgató önmaga dönt, hogy a közösségi média mely tetszőleges 1 vagy akár 3 különböző területét dolgozza fel.

Beadási határidő: Szemeszter utolsó oktatási hetének szerdája
Beadási e-mailcím: info@kozossegi-media.com

KÖTELEZŐ IRODALOM:

- Klausz Melinda: *A közösségi média botránykönyve : hogyan kezeljük a konfliktusokat a digitális térben? : [a kozossegi-media.com]*. Klausz Social Group Kft.), 2019
- Klausz Melinda: *A közösségi média nagykönyve : hogyan vidd sikerre céged és önmagad.* Athenaeum, 2020
- Klausz Melinda: *Megosztok, tehát vagyok : szakértői kérdések és válaszok a közösségi médiáról.* Athenaeum, 2017