

TANTÁRGYI LEÍRÁS

A tantárgy neve magyar nyelven:	Integrált marketingkommunikáció
A tantárgy neve angol nyelven:	Integrated Marketing Communication
A tantárgy kreditértéke:	3
A tantárgy elektronikus tanulmányi rendszer kódja:	BN-INMAKO-03-EA
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:	Előadás, heti óraszám: 2, féléves óraszám: 0
Munkarend (nappali / levelező):	Nappali
A tantárgy meghirdetésének féléve:	2022/2023 1. félév
Előtanulmányi feltételek:	[Marketing alapok (teljesítés)]

A TANTÁRGY CÉLJA, TANULÁSI EREDMÉYNEK:

Az Integrált Marketingkommunikáció (továbbiakban: IMK) tantárgy célja, hogy a hallgatók megismerjék és megértsék a kommunikációs kampányok tervezésével, végrehajtásával és értékelésével kapcsolatos főbb kérdéseket, illetve fel tudják ismerni az IMK kampányokra leginkább jellemző stratégiát. A tantárgy teljesítésével a hallgatók egyrészt képessé válnak arra, hogy ne csak elméleti, de gyakorlati szinten is használják a marketingkommunikációs eszközöket, másrészt pedig, hatékonyan tudják majd megtervezni és kialakítani a reklám- és marketingkampányokat, illetve azok vizsgálatára és elemzésére is képessé válnak, pl. SWOT-elemzés, Kotler-féle 5M, CSM, 7P, 7C és a Public Relations irányultságai szerinti csoportosítások segítségével.

A TANTÁRGY TARTALMÁNAK RÖVID LEÍRÁSA:

A félév során a hallgatók megismerik az Integrált marketingkommunikáció legfőbb sajátosságait, kialakításának szabályait, legfontosabb eszközeit, elemeit, és megtanulják használni azokat. A kurzus első részében részletesen kerül bemutatásra a kommunikáció szükségessége, fogalmi megközelítései, szintjei és céljai. Ehhez szorosan kapcsolódik a második nagyobb témakör, amely a hatáshierarchia-modellek jelentőségével foglalkozik, valamint a reklám- és marketingkampányok felépítésével és kialakításával. A kurzus utolsó részében főként a kommunikáció stratégiai tervezésének lépései kerülnek bemutatásra, úgy mint: reklámkampány, message, média, mérés, brief, valamint a 7P és 7C elemzések alkalmazási lehetőségeiről is lesz szó.

A hallgatók a félév végére kapnak egy olyan átfogó képet az IMK-ról, amely alapján egy egyszerűbb kampány legfontosabb elemeit is el tudják készíteni, valamint a 7P és 7C módszerek bevonásával, ezek elemzésére is képessé válnak.

A HALLGATÓ FELADATAI, TERVEZETT TANULÁSI TEVÉKENYSÉGEI:

A hallgatóknak először el kell sajátítani az IMK legfőbb célját, működésének elvét és kialakításának módszereit. A különböző stratégiai tervezések és kampányok megismerését követően a hallgatók egy rövid marketingvitában is kifejtethetik a véleményüket, előre megfogalmazott témakörök alapján. A tantárgy sikeres teljesítéséhez két zárthelyi dolgozatot kell megírniuk a hallgatóknak.

A TÁRGY ÉRTÉKELÉSE:

A félév során összesen 100 pont szerezhető, mely az alábbi feladatok szerint oszlik meg:

- 1) [Formatív, szorgalmi feladat] Marketingvita összefoglalója: +10 pont
- A tartalmi részre vonatkozóan, egy minimum 1 - maximum 3 oldalas beadandó, mely a szakdolgozat formai követelményei alapján kell legyen megszerkesztve.

- Coospace rendszerbe kell feltölteni a szorgalmi időszak során bármikor, vizsgaidőszakban már nem jár érte a pluszpont.

2) [Szummatív] Írásbeli vizsga I.

- Elérhető max. pontszám: 50 pont.

- Írásbeli feladatsor, mely több típusú kérdésből és témakörből tevődik össze.

- A kérdéssor kitöltésére 60 perc áll rendelkezésre.

- Az írásbeli vizsga értékelése ötfokozatú skálán valósul meg, az alábbiak szerint:

Jeles: 45-50 pont

Jó: 39-44 pont

Közepes: 33-38 pont

Elégséges: 25-32 pont

Elégtelen: 0-24 pont

3) [Szummatív] Írásbeli vizsga II.

- Elérhető max. pontszám: 50 pont.

- Írásbeli feladatsor, mely több típusú kérdésből és témakörből tevődik össze.

- A kérdéssor kitöltésére 60 perc áll rendelkezésre.

- Az írásbeli vizsga értékelése ötfokozatú skálán valósul meg, az alábbiak szerint:

Jeles: 45-50 pont

Jó: 39-44 pont

Közepes: 33-38 pont

Elégséges: 25-32 pont

Elégtelen: 0-24 pont

A tantárgy félévi értékelése ötfokozatú skálán történik, az alábbiak szerint:

- Elérhető max. pontszám: 100 pont.

Jeles: 90-100 pont

Jó: 78-89 pont

Közepes: 66-77 pont

Elégséges: 50-65 pont

Elégtelen: 0-49 pont

Megajánlott jegy adható: Igen.

KÖTELEZŐ IRODALOM:

- *Marketingkommunikáció : stratégia, új média, fogyasztói részvétel.* Akad. K., 2013 (A szakirodalomból elérhető egy 2021-ben megjelent frissített verzió.)

AJÁNLOTT IRODALOM:

- Malhotra, Naresh K.: *Marketingkutató [Elektronikus dokumentum].* Akadémiai Kiadó, 2016
- Veres Zoltán - Hoffmann Márta - Kozák Ákos: *Bevezetés a piackutatásba,* Akadémiai Kiadó, 2016, <https://mersz.hu/veres-hoffmann-kozak-bevezetes-a-piackutatasba/>