

## TANTÁRGYI LEÍRÁS

|  |  |
|--|--|
| A tantárgy neve magyar nyelven:                    | Tartalommarketing                              |
| A tantárgy neve angol nyelven:                     | Content Marketing                              |
| A tantárgy kreditértéke:                           | 3  |
| A tantárgy elektronikus tanulmányi rendszer kódja: | BN-TARMAR-03-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: 2, féléves óraszám: 0 |
| Munkarend (nappali / levelező):                    | Nappali  |
| A tantárgy meghirdetésének féléve:                 | 2022/2023 1. félév                             |
| Előtanulmányi feltételek:                          | -  |

### A TANTÁRGY CÉLJA, TANULÁSI EREDMÉYNEK:

A képzés célja, hogy a hallgatók képessé váljanak a tartalommarketing alapvető fogalmainak, piaci résztvevőinek, lényegi elemeinek áttekintésére; a tartalommarketingnek az általuk korábban megismert marketing, illetve marketingkommunikációs szakterületen belüli elhelyezésére; valamint a tartalommarketing tevékenységet végző szakmákhoz kapcsolódó tervezési, gyakorlati ismeretek elsajátítására.

A tantárgy elvégzésével a hallgatók képessé válnak arra, hogy vállalati, illetve egyéb szervezeti tartalommarketing tevékenységet tervezzenek, illetve képesek legyenek önállóan készíteni alapvető marketingcélú kreatív tartalmakat. A tárgy kapcsán szerzett tudás a tartalommarketing tevékenység megértésén, tervezésén, illetve kreatív tartalomgyártáson keresztül segíti a megalapozottabb marketingszakmai tevékenységek végrehajtását, illetve döntések előkészítését.

### A TANTÁRGY TARTALMÁNAK RÖVID LEÍRÁSA:

A tartalommarketing fogalma, a tartalommarketing és marketingkommunikáció kapcsolata. Tartalommarketing-menedzsment: ki hogyan és mikor készítse a tartalmakat? A tartalom fogalma, tartalmak rendszerezése, tartalommarketing tevékenység tervezése. Csatornák és eszközök értelmezése a tartalommarketingben. Kreatív tartalomgyártás, „tartalommarketing-ügynökségi” prezentációk.

### A HALLGATÓ FELADATAI, TERVEZETT TANULÁSI TEVÉKENYSÉGEI:

A hallgatók a szeminárium során az előadásokat, egyéb feltöltött anyagokat, útmutatókat hétről hétre értő figyelemmel követik, egy-egy téma jobb feldolgozása és megértése érdekében részt vesznek interaktív feladatokban (csoportmunka, szakmai vita, aktuális szakmai hírek véleményezése), az elhangzottakkal kapcsolatban kérdéseket tesznek fel. Az elméleti anyagokon kívül, a szeminárium gyakorlati részében a hallgatók "ügynökségi" munkacsoportok keretében tartalomnapot terveznek, és ehhez kapcsolódóan kreatív tartalmakat állítanak elő egy potenciális ügyfél számára. Ehhez kapcsolódóan "ügynökségi" prezentációt szimulálnak, kooperálnak a csoporttagokkal, versenyeznek a többi csoporttal, zárthelyi dolgozat keretében pedig számot adnak az elméleti háttérismeretükről.

### A TÁRGY ÉRTÉKELÉSE:

A kurzus értékelése összetett, mivel a tantárgyhoz nem tartozik külön, az elméleti háttérrel biztosító kurzus, így az előadás és a projektmunka egy szeminárium keretében valósul meg. A szeminárium esetében fejlesztő értékelés valósul meg, a hallgatói kompetenciák és az oktató-hallgató közötti kommunikáció tekintetében.

A projektmunka esetében egyéni értékelési szempont az alkalmakon való aktivitás, illetve felkészültség, a csoportmunkán belüli saját feladat teljesítése, az elvárások szerint, határidők

megtartásával. Ehhez kapcsolódik az ajánlat saját kidolgozott részének a feladathoz kapcsolódó tartalmi és formai megfeleltetése.

Az ügynökségi ajánlat, illetve ajánlattétel főbb értékelési szempontjai a következők: stratégia, kreativitás, eszközrendszer, megvalósíthatóság, prezentáció. Az órai aktivitásra, a csoportmunkára illetve a prezentációra összesen 50 pont kapható.

A félév végi zárthelyi írásbeli dolgozatban a rövid választ igénylő, feleletválasztós és igaz-hamis kérdések a hallgatók elméleti tudását hivatottak mérni. Az értékelés pontszámmal történik. A zárthelyi dolgozatra összességében 50 pont kapható.

A hallgató sikeresen teljesítette a tárgyat, ha mind a zárthelyi dolgozaton, mind pedig a szemináriumi gyakorlaton külön-külön 50%-on felüli teljesítményt ért el.

#### **KÖTELEZŐ IRODALOM:**

- Bedi Viktor et al.: Tartalommarketing Kisokos 2.0, Direkt és Interaktív Marketing Szövetség, 2018, <https://dimesz.hu/tartalommarketing/>

#### **AJÁNLOTT IRODALOM:**

- Bártfai Balázs: *Tartalommarketing a gyakorlatban : hogyan írsz tökéletes tartalmakat könnyedén, szerezz egyre több le.* Netlight Consulting Kft., cop. 2017
- Bly, Robert W.: *The content marketing handbook : how to double the results of your marketing campaigns.* Entrepreneur Press, [2020]