

TANTÁRGYI LEÍRÁS

A tantárgy neve magyar nyelven:	Reklám- és médiatervezés
A tantárgy neve angol nyelven:	Advertising and Media Planning
A tantárgy kreditértéke:	6
A tantárgy elektronikus tanulmányi rendszer kódja:	BN-REKMTE-06-KG
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 + gyakorlat, heti óraszám: 2+2, féléves óraszám: 0+0
Munkarend (nappali / levelező):	Nappali
A tantárgy meghirdetésének féléve:	2022/2023 1. félév
Előtanulmányi feltételek:	[Marketing alapok (teljesítés)]

A TANTÁRGY CÉLJA, TANULÁSI EREDMÉYNEK:

Az órai feladatok célja a megbízói és ügynökségi munkakörök és feladatkörök megismerése és elsajátítása, azok gyakorlatban való kipróbálása. Az előadáshoz kapcsolódó szakmai feladatok tárgyalása során, a hallgatók megismerkedhetnek a reklámtervezés módszertanával, a (piac)kutatás és a brief elkészítésétől a reklám megjelenésén át az utómunkáig. Az előadásokkal párhuzamosan a résztvevők kiscsoportokban dolgoznak együtt, amely során elsajátítják a sikeres reklám- és médiatervezéshez szükséges készségek és gondolkodásmód alapjait. Emellett, a kurzusok lehetőséget teremtenek a kreatív gondolkodás gyakorlására, valamint a for profit és non-profit reklámkampányok jellemzőinek, tervezési kihívásainak gyakorlatba való átültetésére, a felmerülő problémák és kihívások csoportos megoldására. A hallgató a kurzus elvégzése során képessé válik egyéni feladatok megoldására és menedzselésére, emellett a heti rendszerességű feladatokban együttműködik társaival, a csoport munkájában aktívan rész vesz, a csoport tagjaival rendszeresen kommunikál, egyéni részfeladatokat jó minőségben, határidőre elvégzi. A hallgatók kiscsoportos szakmai prezentációt készítenek és mutatnak be a félév végén egy választott témakörben, amelynek előkészítési, szerkesztési és prezentációs feladataiban is aktívan részt vesznek. A feladat teljesítése során a hallgatók a szükséges szakmai ismeretek elsajátításáról, a vonatkozó olvasmányok és tudományos kutatások ismeretéről, valamint ezek magabiztos, értő használatáról tesznek tanúbizonyságot. A félév végére a hallgató képessé válik gondolatainak és véleményének átgondolt, szakmai irányelvek mentén történő megfogalmazására, valamint konstruktív - és ha szükséges kritikus, fejlesztő – értékelések és nézőpontok megfogalmazására szakmai kérdésekben.

A TANTÁRGY TARTALMÁNAK RÖVID LEÍRÁSA:

A tárgy célja a reklám alapvető fogalmainak, eszközeinek és főbb elméleteinek bemutatása, a reklámkampányok felépítésének és a médiatervezés folyamatának ismertetése, valamint a marketingkommunikációs alapelvek bemutatása. A tárgy keretében a hallgatók elsajátítják a reklámkampányok létrehozásához és a médiatervezés folyamatának megtervezéséhez szükséges készségeket és kompetenciákat, illetve az ehhez szükséges elméleti alapfogalmak magabiztos használatát. Az előadások során a reklámtervezési folyamat elméleti szempontjait ismerhetik meg, amit a gyakorlati órák során minden esetben egy feladat keretében gyakorolhatnak is. A feladatokat egyénileg és/vagy kiscsoportokban hajtják végre a hallgatók, amelyet az óra végén bemutatnak és az oktatóval, illetve társaikkal közösen értékelnek, fejlesztési célokat fogalmaznak meg. A hallgatók a félév végén egy önállóan elkészített kiscsoportos prezentáció keretében adnak számot a tárgy keretében megszerzett elméleti ismereteikről és gyakorlati tudásukról, amit önálló kutatómunkával, valamint saját meglátásaikkal, kreatív elképzeléseikkel egészítenek ki. A prezentációk

bemutatását követően minden hallgató fejlesztő értékelést kap az oktatótól és csoporttársaitól.

A HALLGATÓ FELADATAI, TERVEZETT TANULÁSI TEVÉKENYSÉGEI:

Az órai munka során (szeminárium) a hallgatók csoportos feladatokat oldanak meg és készítenek el közösen, amelyet az óra végén beadnak, illetve bemutatnak az oktatónak és társaiknak. A feladatokat minden esetben közös megbeszélés és fejlesztő értékelés követi. Némely esetben beadandó házi feladatok elkészítésére is sor kerül (ld. fentebb), amikor a feladat hossza és összetettsége, illetve a csoport igényei ezt megkívánják. A félév végi csoportos prezentáció elkészítése során a következő feladatokat kell elvégezniük a csoportoknak: 1) csapatmunka megszervezése, a csapattagokkal való együttműködés és kommunikáció alapjainak lefektetése, szerepkörök tisztázása; 2) irodalomkutatás, ötletelés, feltáró elemzés elvégzése; 3) önálló kutatás megtervezése és végrehajtása, valamint az eredmények értő, mélységi értelmezése és elemzése; 4) végezetül mindezek szóbeli előadás keretében való bemutatása (idői, tartalmi és formai keretek betartása mellett), a felmerülő kérdések megválaszolása, valamint visszajelzés biztosítása egymás számára az értékelések során. Emellett, a csoporttagok a félév során minden héten határidőre feltöltik (!) az oktató számára az elkészült (rész)feladatokat, ha pedig az oktató visszajelzései alapján szükséges, akkor ezeket javítják vagy átdolgozzák, illetve folyamatosan egyeztetnek, kommunikálnak az oktatóval ezek teljesítése során. A kötelező olvasmányok és az órai előadások anyagának feldolgozása a hallgatók egyénileg megoldandó feladata.

A TÁRGY ÉRTÉKELÉSE:

Az órai feladatokra és szakmai fejlődésre, előmenetelre (különös tekintettel a félév végi kiscsoportos prezentációkra) fejlesztő értékelést kapnak a hallgatók az oktatótól és társaiktól. Mindezek alapján a hallgatók pontszámot kapnak a munkájukra (a heti feladatok összesen 50%-ot, a félév végi prezentáció pedig szintén 50%-ot ér a pontozás során). Mindkét tárgyelemből (előadás és szeminárium) összesen min. 52% elérése szükséges a tárgy sikeres teljesítéséhez. Ha valamelyik tárgyelem pontszáma nem éri el az 52%-ot (min. 26 pont), a hallgató nem bocsátható vizsgára/ illetve nem teljesítheti a tárgyat.

Javítási/pótlási lehetőségek: a félév folyamán kiadott órai feladatok és prezentáció teljesítése kötelező jellegű, amelyek nem kiválthatók otthoni vagy más jellegű munkával (!). A félév végén egy feladat javítására/pótlására van lehetőség a heti feladatok közül (ezt a kis csoport tagjai választhatják ki), további feladatokat nem lehet utólag javítani vagy átdolgozni. A félév végi prezentáció nem javítható vagy pótolható: a megadott prezentációs időpontban kötelező a megjelenés és előadás a csoporttagoknak (!), halasztásra vagy időpont-cserére nincs lehetőség. A kis csoportok minden személyi változást (pl. egyik hallgató elérhetetlensége, inaktivitása vagy kilépése a csoportból) kötelesek azonnal jelezni az oktatónak szóban vagy írásban (ennek elmulasztása nem jelent kedvezményes értékelést a csoport számára és nem befolyásolja a feladatok/prezentáció elvárásait, illetve szakmai értékelésének szempontjait). A kötelező feladatokról és pontszámításról az oktató az első héten részletesen is tájékoztatja a hallgatókat az órán és írásos formában.

A prezentációs témákról és időpontokról az első prezentációs alkalmat megelőzően min. 2 héttel tájékoztatja az oktató a hallgatókat: a prezentációkra kötelező feljelentkezni minden hallgatónak, időpont-módosításra nincs lehetőség. A prezentációs témák a reklám- és médiatervezés témaköréből kerülnek kijelölésre, amely megadott témák közül a hallgatói csoportok választhatnak.

A prezentációk a következő szakmai szempontok mentén kerülnek értékelésre, amelyek célja a hallgatók egyéni fejlesztése és a csoportban való együttműködés elősegítése:

1. a hallgatók felkészültsége, a téma mélységi ismerete, olvasottság;
2. önálló kutatómunka és/vagy anyaggyűjtés mélysége, minősége és témához való illeszkedése;
3. előadásmód és prezentációtechnika, időkezelés;

4. logikai felépítés, struktúra, önálló gondolatok és következtetések megfogalmazása;
5. formai és esztétikai szempontok, vizuális megjelenés, hivatkozás, nyelv és stilsztika.

A prezentációt követően a hallgatókkal közösen megvitatják a témát és kérdéseket teszünk fel a prezentáló csapat számára a szakmai diskurzus elősegítése érdekében, amely a fejlesztő értékelés része. A prezentációk értékelésében a jelenlévő hallgatók is részt vesznek, amely során írásbeli szakmai értékelést készítenek az órán, a megadott szempontok alapján. Emellett, a csoportok az oktatótól szóbeli visszajelzést is kapnak a szakmai munkájukra. Prezentációk elvárt időtartama: 15-20 perc (+ 5 perc kérdés blokk és értékelés az előadást követően a csoporttagok számára).

A vizsgakérdések az órák és a kötelező olvasmányok anyagából kerülnek ki (utóbbiak feldolgozása a hallgatók egyénileg megoldandó feladatai közé tartozik).

A vizsga értékelése (előadás tárgy, max. 50 pont):

- 0-51% (0-25,5 pont) – elégtelen – a vizsgát meg kell ismételni!
- 52-65% (26-32,5 pont) - elégséges
- 66-77% (33-38,5 pont) - közepes
- 78-89% (39-44,5 pont) - jó
- 90-100% (45-50 pont) – jeles

Értékelés (Előadás + Gyakorlat összesen, max.100 pont):

- 0-51% (0-51 pont) – elégtelen (1)
- 52-65% (52-65 pont) – elégséges (2)
- 66-77% (66-77 pont) – közepes (3)
- 78-89% (78-89 pont) – jó (4)
- 90-100% (90-100 pont) – jeles (5)

Megajánlott jegy adható: Nem.

KÖTELEZŐ IRODALOM:

- *Marketingkommunikáció : stratégia, új média, fogyasztói részvétel.* Akad. K., 2013
- Incze Kinga: *A reklám helye 2.0: a hatékony médiatervezés és -vásárlás kézikönyve.* Mrs.White Media Consulting Kft.-MediaSpirit Consul, 2006
- Sas István: *Reklám a jóért.* Kommunikációs Akadémia, 2010
- Sas István: *Reklám és pszichológia a webkorszakban : upgrade 4.0.* Kommunikációs Akad., cop. 2018
- Virányi Péter: *Több mint reklámtörténelem.* Gondolat, 2014

AJÁNLOTT IRODALOM:

- Bauer András: *Marketing alapismeretek.* Akadémiai Kiadó, 2017
- Kaszás György: *Reklámcsinálás : a kis adrenalinjáték.* HVG Kiadó, 2014
- Mányai Csaba: *Reklám helyett : a marketing új logikája: Marketing Interakció Tervezés és az új típusú ügynökségek.* HVG, 2009
- Sas István: *Az ötletes reklám : útikalauz a kreativitás birodalmába.* Kommunikációs Akadémia, 2007
- Virányi Péter: *A reklám fogalomtára.* Gondolat, 2015