

Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Marketing és Kereskedelem Tanszék
Kaposvár, Guba Sándor u. 40.

OKTATÓI TEMATIKA

***Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (BSc)
(nappali tagozat)***

Marketingkommunikáció (3BNGM11-MKK0TK-01)

Oktatási időszak: 2. félév

Óraszám: 2/2 óra

Kreditérték: 5

Oktatási forma: előadás és szeminárium

Csoportforma: rész/egész tanulmányi csoport

Értékelési forma: kollokvium/szig/gyakorlati jegy

Terjedelem: 3 oldal

Tantárgyfelelős oktató: DR. SZIGETI ORSOLYA

Előadást vezető oktató: PINTÉR ATTILA

Szemináriumvezető oktató: SZENDRŐ KATALIN

Műtermi munkát vezető oktató: —

Gyakorlatvezető oktató: —

Demonstrátor: —

Tanszékvezető:

DR. SZIGETI ORSOLYA
egyetemi docens

Kaposvár, 2013-2014. oktatási év

Célok

A képzés célja olyan marketing szakemberek képzése, akik a marketingkommunikáció elméleti, módszertani alapjait olyan szinten ismerik, hogy az üzleti élet különböző területein felmerülő marketingkommunikációs problémák kérdéseire megoldást tudnak adni.

Feladatok

A félév során elsajátított elméleti és gyakorlati ismeretek alapján a hallgatók képesek legyenek önállóan összeállítani egy marketingkommunikációs mixet, valamint a félév során egy konkrét példán keresztül összeállítani egy marketingkommunikációs tervet.

A tantárgy tartalma (tematika)

HÉT	ÓRA	MUNKAFORMA	MUNKAPROGRAM	
			TÉMÁK /TANMENET	EGYÉNI FELKÉSZÜLÉS
1.	4	előadás szeminárium	A marketingkommunikáció szerepe. A kommunikációs folyamat modelljei	
2.	4	előadás szeminárium	A hatékony kommunikáció kidolgozása. Kommunikációs csatornák és jelentőségük a 21. században	
3.	4	előadás szeminárium	A marketingkommunikációs költségvetés megállapítása.	
4.	4	előadás szeminárium	Döntés a kommunikációs mix összetételéről	
5.	4	előadás szeminárium	Az integrált marketingkommunikáció irányítása és koordinálása	
6.	4	előadás szeminárium	A tömegkommunikáció: reklámozás, vásárlásösztönzés, eseménymarketing és PR	
7.	4	előadás szeminárium	A reklámkampány kialakítása, a médium kiválasztása és a hatékonyság mérése	
8.	4	előadás szeminárium	Direkt marketing és személyes eladás	
9.	4	előadás szeminárium	A marketingkommunikáció új eszközei I. Online marketing	
10.	4	előadás szeminárium	A marketingkommunikáció új eszközei II. Gerillamarketing	
11.	4	előadás szeminárium	Reklám és pszichológia I. Megkülönböztetés, ígéret, hitelesség. Hatásmechanizmusok	
12.	4	előadás szeminárium	Reklám és pszichológia II. A befogadás kapui. A reklám feldolgozásának kognitív szakasza Projekt munkák bemutatása 1	
13.	4	előadás szeminárium	Reklám és pszichológia III. Az érzelmek és attitűdök világa Projekt munkák bemutatása 2	
14.	4	előadás szeminárium	Zárthelyi dolgozat Projekt munkák bemutatása 3	

Követelmény

A félév elismerésének feltétele az előadások és gyakorlatok rendszeres látogatása (a megengedett hiányzás a heti óraszám kétszerese), eredményes zárthelyi dolgozat megírása, valamint az önálló projekt munka kidolgozása és prezentálása 10-15 percben.

Az értékelés formája

Az érdemjegyet a félév során sikeresen teljesített zárthelyi dolgozat, valamint az önálló projektmunkára kapott érdemjegy átlaga adja.

Szakirodalom

kötelező irodalom

Előadások anyaga

HORVÁTH DÓRA-BAUER ANDRÁS: *Marketingkommunikáció*, Akadémiai kiadó, Budapest, 2013 ISBN: 978 963 05 9342 7

PHILIP KOTLER-KEVIN LANE KELLER: *Marketingmenedzsment*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012. ISBN: 9789630583459

ajánlott irodalom

MATTHEW HEALEY: *Mi az a Branding?* Scolar Kiadó, Budapest, 2009.

BROCHAND, B., LENDREVIE, J.: *A reklám alapkönyve*. KJK Kerszöv, Budapest, 2004. ISBN 963 224 793 0

SAS ISTVÁN: *Reklám és pszichológia*, Kommunikációs Akadémia Könyvtár, Budapest, 2007. ISBN 963 219 790 9

Kaposvár, 2014. január 24.



Pintér Attila
főiskolai adjunktus



Dr. Szigeti Orsolya
tanszékvezető, egyetemi docens