

A TANTÁRGY ADATLAPJA

1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş–Bolyai Tudományegyetem Kolozsvár
1.2 Kar	Politika-, Közigazgatás- és Kommunikációtudományi Kar
1.3 Intézet	Kommunikáció, közkapcsolatok és Reklám Intézet
1.4 Szakterület	Kommunikáció
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Kommunikációs szakértő / Specializat în Științele Comunicării

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	Közösségi média menedzsment (Social media management)						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	Benedek István, egyetemi tanársegéd						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	Benedek István, egyetemi tanársegéd						
2.4 Tanulmányi év	II	2.5 Félév	1	2.6. Értékelés módja	Vizsga	2.7 Tantárgy típusa	DS (opc)

3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszámja)

3.1 Heti óraszám	3	melyből: 3.2 előadás	1	3.3 szeminárium/labor	2
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	42	melyből: 3.5 előadás	14	3.6 szeminárium/labor	28
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					10
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					6
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					20
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					4
Vizsgák					2
Más tevékenységek:.....					
3.7 Egyéni munka össz-óraszámja	42				
3.8 A félév össz-óraszámja	100				
3.9 Kreditszám	4				

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	<ul style="list-style-type: none"> nincsenek
4.2 Kompetenciabeli	<ul style="list-style-type: none"> nyilvánosságelméletek és médiarendszerek ismerete; szövegszerkesztési és prezentáció készítési alapismeretek; kutatásmódszertani alapismeretek.

5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> Az előadás zavartalan menete érdekében elvárt a pontos kezdés, az eszközpark biztosítása és a mobiltelefonok lehalkítása; a laptopok, táblagépek és egyéb okoseszközök használata csak jegyzetelés céljával engedélyezett.
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> A szemináriumi foglalkozás során a diákok saját digitális eszközeiket használják, mint laptop, táblagép, okostelefon; A tárgy sikeres elvégzésének kritériumait, a vizsgára jelentkezés feltételeit, az önálló munkák súlyát a végső értékelésben, a nagyobb feladatokat és a határidőket, illetve a kötelező szakirodalmi olvasmányokat az első szeminárium alkalmával a hallgatók és a

	<p>tantárgygazda közösen egyeztetik és rögzítik. Ezek a feltételek a félév végéig kötelező érvényűek maradnak;</p> <ul style="list-style-type: none"> • A szeminárium sikeres zárásához kötelező a csoportos munkák határidőre történő leadása és bemutatása; • A szerkesztésnek a standard formátumot kell követnie: A4-es oldalbeállítás, 12 betűméret, Times New Roman betűtípus, 2,5 cm-s (1 hüvelyk) margókeret, 1.5 sorköz. sorkizárt szövegelrendezés; • A csoportos feladatok leadása elektronikus úton történik. A szöveges állományok esetében elfogadott formátumok: doc, docx, pdf; a prezentációk esetében elfogadott formátumok: ppt, pdf, prezi. • A csoportos projektek bemutatása során szükséges minden csapattag részvétele és arányos felszólalása. Ellenkező esetben pontlevonás jár minden hiányzó csapattag után.
--	--

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • CSZ1. A közösségi média területéhez tartozó szaknyelv elsajátítása; • CSZ2. A közösségi média felületek ismerete és korszerű használata; • CSZ3. Közösségi média kampányok tervezése és elemzése.
Transzverzális kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • CT1. Munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása; • CT2. Az egyéni szakmai fejlődés tényyszerű felmérése;

7. A tantárgy célkitűzései (az elsajátítandó jellemző kompetenciák alapján)

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	A féléves tárgy célja megismertetni a diákokkal a közösségi média alapfogalmait, a közösségi média oldalak hatékony használatát, valamint a közösségi média kampányok tervezésének és elemzésének módszereit.
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> • A közösségi média működésének és használatának megismerése annak érdekében, hogy a diák sikeresen el tudjon látni egy hasonló feladatkört cégeknél, intézményeknél, szervezeteknél. • Az online tervek elkészítése lehetőséget teremt a kics csoportos munkavégzésre, a csapatkooperációra, valamint a kreatív munkára.

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. Közösségi média bevezetés	interaktív előadás;	
2. Közösségi média platformok (ált bemutatás)	interaktív előadás;	
3. Közösségi média platformok (ált bemutatás)	interaktív előadás;	
4. Facebook kommunikáció (1)	interaktív előadás;	

5. Facebook kommunikáció (2)	interaktív előadás;	
6. Instagram kommunikáció (1)	interaktív előadás;	
7. Instagram kommunikáció (2)	interaktív előadás;	
8. Youtube és vlogging (1)	interaktív előadás;	
9. Youtube és vlogging (2)	interaktív előadás;	
11. LinkedIN kommunikáció (2)	interaktív előadás;	
12. SM mérőszámok (1)	interaktív előadás;	
13. SM mérőszámok (2)	interaktív előadás;	
14. Csoportos bemutatók	interaktív előadás;	

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. SM feladat ismertetése, csapatok kialakítása	Kiscsoportos fog	
2. Szervezeti felmérés és bemutatás, online komm	Kiscsoportos fog	
3. Konkurencia felmérés, online komm	Kiscsoportos fog	
4. Online stratégia kidolgozása	Kiscsoportos fog	
5. Bejegyzés tervezés és gyártás	Kiscsoportos fog	
6. Utófelmérések, javasolt mérőszámok	Kiscsoportos fog	
7. Zárás és értékelés, online tervek értékelése	Kiscsoportos fog	

Bibliográfia

BLANCHARD, Olivier (2011): *Social Media ROI. Managing and Measuring Social Media Efforts in Your Organization*. Boston: Pearson Education.

EVANS, Dave (2012): *Social Media Marketing. An Hour a Day*. Második kiadás. New Jersey: John Wiley & Sons.

FEHÉR Katalin (2016): *Digitalizáció és új média – Trendek, stratégiák, illusztrációk*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

KERPEN, Dave (2015): *Likeable Social Media*. New York: McGraw-Hill Education.

KINGSNORTH, Simon (2016): *Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing*. London: Kogan Page.

KLAUSZ Melinda (2016): *A közösségi média nagykönyve – Hogyan vidd sikerre céged és önmagad*. Budapest: Athenaeum Kiadó.

LEE, Newton (2014): *Facebook Nation. Total Information Awareness*. Második kiadás. London: Springer.

QUALMAN, Erik (2009): *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*. New Jersey: John Wiley & Sons.

SCOTT, M. David (2011): *The New Rules of Marketing and PR. How to use Social Media, Online video, Mobile applications, Blogs, News releases and Viral marketing to Reach Buyers Directly*. Third edition. New Jersey: John Wiley & Sons.

ZARRELLA, Dan – ZARRELLA, Alison (2011): *The Facebook Marketing Book*. Sebastopol: O'Reilly Media.

9. Az episztemikus közösségek képviselői, a szakmai egyesületek és a szakterület reprezentatív munkáltatói elvárásainak összhangba hozása a tantárgy tartalmával.

- A tárgy felépítése és tartalma figyelembe veszi a szakmai szövetségek ajánlásait, a piaci helyzetet és a változásokat.

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
Gyakorlat	SM dolgozat	SM terv dokumentáció SM terv bemutatása	100%

10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei

- A részvételi arány az érvényes szabályozások értelmében min. 70%
- A tantárgyi értékelés minden szakaszán a legalább 50%-os teljesítmény elérése

Kitöltés dátuma
2018.09.30.

Előadás felelőse
Benedek István, tanársegéd

Szeminárium felelőse
Benedek István, tanársegéd

Az intézeti jóváhagyás dátuma
2018.10.01.

Intézetigazgató
dr. Hosu Ioan, egyetemi tanár