

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	Mesterképzés
1.6 Szak / Képesítés	Kommunikációs szakértő / Specializat în Științele Comunicării

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	Online kommunikáció (Comunicare online)						
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	I	2.5 Félév	1	2.6. Értékelés módja	Koll.	2.7 Tantárgy típusa	DS (opc)

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

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-óraszama	42				
3.8 A félév össz-óraszama	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. Az online kommunikációhoz tartozó szaknyelv elsajátítása; • CSZ2. Az online kommunikációs felületek ismerete és korszerű használata; • CSZ3. Online 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 az online kommunikáció alapfogalmait, a közösségi média oldalak hatékony használatát, valamint az online 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 kiscsoportos munkavégzésre, a csapatkooperációra, valamint a kreatív munkára.

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
01. Online kommunikációs alapozás	interaktív előadás;	
02. Online kommunikációs eszköztár	interaktív előadás;	
03. Online kommunikáció a médiatervezésben	interaktív előadás;	

04. Közösségi média menedzsment	interaktív előadás;	
05. Közösségi média kreatív	interaktív előadás;	
06. Közösségi média hirdetések	interaktív előadás;	
07. Online kommunikáció mérőszámok	interaktív előadás;	
08. Online kommunikációs projekt (bemutató)	interaktív előadás;	
09. Online kommunikációs projekt (kidolgozás)	interaktív előadás;	
10. Online kommunikációs projekt (kidolgozás)	interaktív előadás;	
11. Online kommunikációs projekt (kidolgozás)	interaktív előadás;	
12. Online kommunikációs projekt (kidolgozás)	interaktív előadás;	
13. Projektek bemutatása, értékelés	interaktív előadás;	
13. Összegzés, féléves munka kiértékelése	interaktív előadás;	

Bibliográfia

SZAKMAI KÖNYVEK

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.

LÉVAI Richárd (2019): *Hogyan készíts eredményes Facebook hirdetéseket? 2.0. Gyakorlati tippek, trükkök, stratégiák kezdőknek és haladóknak*. Budapest: RG Stúdió.

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.

SZAKMAI BLOGOK

Social Media Today: <https://www.socialmediatoday.com/>

Social Media Examiner: <https://www.socialmediaexaminer.com/>

Techcrunch: <https://techcrunch.com/>

AdEspresso: <https://adespresso.com>

AdAge: <https://adage.com/>

Kreatív: <http://kreativ.hu/index.php>

MarketingMorzsák: <https://marketingmorzsak.hu/>

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	Online komm dolgozat (kiscsoportos munka)	OK terv dokumentáció OK terv bemutatása	100%
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
<ul style="list-style-type: none">• A részvételi arány az érvényes szabályozások értelmében min. 70%• A tantárgyi értékelés minden szakaszán a legalább 50%-os teljesítmény elérése			

Kitöltés dátuma
2019.10.01.

Előadás felelőse
Benedek István, tanársegéd

Szeminárium felelőse
Benedek István, tanársegéd

Az intézeti jóváhagyás dátuma
2019.10.01.

Intézetigazgató
dr. Hosu Ioan, egyetemi tanár