

A TANTÁRGY ADATLAPJA

1. A képzési program adatai

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

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	Online PR						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	Seer László-Csaba						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	Seer László-Csaba						
2.4 Tanulmányi év	3	2.5 Félév	5	2.6. Értékelés módja	E	2.7 Tantárgy típusa	Kötelező

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

3.1 Heti óraszám	3	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	1
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	42	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	14
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					28
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					21
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					18
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					5
Vizsgák					3
Más tevékenységek: Online tutorálás					8
3.7 Egyéni munka össz-óraszama	83				
3.8 A félév össz-óraszama	125				
3.9 Kreditszám	4				

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	<ul style="list-style-type: none"> • bevezetés a kommunikációtudományba • közgazdasági alapismeretek
4.2 Kompetenciabeli	<ul style="list-style-type: none"> • kommunikációelméleti alapismeretek • az internet világában való tájékozottság • angol nyelvtudás

5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> • videoprojektor • hangszóró • internet kapcsolat
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> • videoprojektor • hangszóró • flipchart • internet kapcsolat

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • az online marketing területéhez kapcsolódó szaknyelv és a szakmai ismeretek elsajátítása • alapszintű marketingtervezési és stratégiaalkotási készségek elsajátítása • online marketing taktikák működésében való jártasság • hatékony online kommunikációs kampányok tervezése és lebonyolítása • hatékony integrált kampányok alapszintű tervezése és lebonyolítása
Transzverzális kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • multidiszciplináris munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása, a csoporton belüli szerepek megfelelő munkavégzés • az egyéni szakmai fejlődés tényszerű felmérése, a munkaerőpiacra való belépés és az elvárásoknak megfelelő fejlődés érdekében

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

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	<ul style="list-style-type: none"> • az online marketingkommunikáció és online PR korszerű elméletének és gyakorlatának átadása • online marketingkommunikációs stratégiák és taktikák ismertetése, példák, esettanulmányokon való szemléltetése • Az előadások egy elméleti keretet és kontextust szolgáltatnak az online marketing jelenkori tudásanyagához és trendjeihez, míg a szemináriumok az érintett témák gyakorlati oldalait mutatják be.
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> • a kurzusokon és szemináriumokon résztvevők egy olyan kritikus és könnyen továbbfejleszhető tudásanyagot, készségeket, illetve szemléletmódot fognak elsajátítani, melyeket a jövőben nem érintenek a tudományterület gyors változásai. • innovatív gondolkodásmód fejlesztése • a modern marketing szemléletmódjának kialakítása

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
Digitalizáció és jövő: a digitális marketing behatárolása	Vetített, interaktív előadás;	
Termékek a digitális korban	Vetített, interaktív előadás;	
Ár a digitális korban	Vetített, interaktív előadás;	
Disztribúció a digitális korban	Vetített, interaktív előadás;	
Marketingkommunikáció a digitális korban	Vetített, interaktív előadás;	
Webanalitika #1: Online fogyasztói viselkedés	Vetített, interaktív előadás;	

Webanalitika #2: eszköztár	Vetített, interaktív előadás;	
Eszköztár #1: Display advertising	Vetített, interaktív előadás;	
Eszköztár #2: Keresőmarketing SEM - Google AdWords	Vetített, interaktív előadás;	
Eszköztár #3: Tartalommarketing	Vetített, interaktív előadás;	
Eszköztár #4: SEO és UX design	Vetített, interaktív előadás;	
Értéktérítés digitális közegben: online üzleti modellek	Vetített, interaktív előadás;	
Ajánlott könyvészet <ul style="list-style-type: none"> • Avornicului, M., & Seer, L. 2015. Gazdasági ügyletek az interneten. Cluj-Napoca: Editura Ábel. • Kotler, P. & Keller, L., 2013. Management Marketing. New Jersey: Pearson Education. • Seer, L. 2016. Online marketing alapjai. Egyetemi jegyzet. Babes-Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, Kolozsvár • Smith, P.R. & Chaffey, D., 2015. eMarketing Excellence: at the Hearth of eBusiness. Oxford: Butterworth Heinemann. 		
8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
Digitalizáció és jövő: a digitális marketing behatárolása	A téma kiscsoportos feldolgozása és vita	Számítógép terem
Termékek a digitális korban	Kiscsoportos tevékenység	Számítógép terem
Ár a digitális korban	Kiscsoportos tevékenység	Számítógép terem
Disztribúció a digitális korban	Kiscsoportos tevékenység	Számítógép terem
Marketingkommunikáció a digitális korban	Kiscsoportos tevékenység	Számítógép terem
Webanalitika #1: Online fogyasztói viselkedés	Kiscsoportos tevékenység	Számítógép terem
Webanalitika #2: Eszköztár	Kiscsoportos tevékenység	Számítógép terem
Eszköztár #1: Display advertising	Kiscsoportos tevékenység	Számítógép terem
Eszköztár #2: Keresőmarketing SEM - Google AdWords	Kiscsoportos tevékenység	Számítógép terem
Eszköztár #3: Tartalommarketing	Kiscsoportos tevékenység	Számítógép terem
Eszköztár #4: SEO és UX design	Kiscsoportos tevékenység	Számítógép terem
Értéktérítés digitális közegben: online üzleti modellek	Kiscsoportos tevékenység	Számítógép terem
Könyvészet		

- Avornicului, M., & Seer, L. 2015. Gazdasági ügyletek az interneten. Cluj-Napoca: Editura Ábel.
- Kotler, P. & Keller, L., 2013. Management Marketing. New Jersey: Pearson Education.
- Seer, L. 2016. Online marketing alapjai. Egyetemi jegyzet. Babes-Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, Kolozsvár
- Smith, P.R. & Chaffey, D., 2015. eMarketing Excellence: at the Hearth of eBusiness. Oxford: Butterworth Heinemann.

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

- A tárgy teljes mértékben gyakorlatorientált, a megszerzett tudás a gyakorlatban azonnal kamatoztatható.
- a terület innovációihoz könnyen adaptálható tudás átadása
- nemzetközi viszonylatban is kamatoztatható készségek kialakítása

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.4 Előadás	Írásbeli vizsga	Tesztkérdések (konkrét tudás) Kifejtős kérdések (fogalmak közti asszociációk)	60%
10.5 Szeminárium / Labor	Csoportos projektfeladat		40%
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
<ul style="list-style-type: none"> • Szemináriumi részvétel minimum 70% 			

Kitöltés dátuma

2021 március 24.

Előadás felelőse

Seer László-Csaba

Szeminárium felelőse

Seer László-Csaba

Az intézeti jóváhagyás dátuma

.....

Intézetigazgató

.....