

## TANTÁRGYI LEÍRÁS

A tantárgy neve magyar nyelven:	Tartalommarketing
A tantárgy neve angol nyelven:	Content Marketing
A tantárgy kreditértéke:	3
A tantárgy elektronikus tanulmányi rendszer kódja:	BL-TARMAR-03-GY
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:	Gyakorlat, heti óraszám: 0, féléves óraszám: 10
Munkarend (nappali / levelező):	Levelező
A tantárgy meghirdetésének féléve:	2022/2023 1. félév
Előtanulmányi feltételek:	-

### A TANTÁRGY CÉLJA, TANULÁSI EREDMÉYNEK:

A képzés célja, hogy a hallgatók képessé váljanak a tartalommarketing alapvető fogalmainak, piaci résztvevőinek, lényegi elemeinek áttekintésére; a tartalommarketingnek az általuk korábban megismert marketing, illetve marketingkommunikációs szakterületen belüli elhelyezésére; valamint a tartalommarketing tevékenységet végző szakmákhoz kapcsolódó tervezési, gyakorlati ismeretek elsajátítására.

A tantárgy elvégzésével a hallgatók képessé válnak arra, hogy vállalati, illetve egyéb szervezeti tartalommarketing tevékenységet tervezzenek, illetve képesek legyenek önállóan készíteni alapvető marketingcélú tartalmakat. A tárgy kapcsán szerzett tudás a tartalommarketing tevékenység megértésén, tervezésén, illetve konkrét tartalomgyártáson keresztül segíti a megalapozottabb marketingszakmai tevékenységek és döntések előkészítését.

### A TANTÁRGY TARTALMÁNAK RÖVID LEÍRÁSA:

A tartalommarketing fogalma, kapcsolódása a marketing, illetve marketingkommunikáció területéhez; a PESO kommunikációs modell szerepének bemutatása. Tartalommarketing-menedzsment: ki hogyan és mikor készítse a tartalmakat? A tartalom fogalma, tartalmak rendszerezése, tartalommarketing tevékenység tervezése. Csatornák és eszközök értelmezése a tartalommarketingben. Kreatív tartalomgyártás, „tartalommarketing-ügynökségi” prezentációk.

### A HALLGATÓ FELADATAI, TERVEZETT TANULÁSI TEVÉKENYSÉGEI:

A hallgatók a szeminárium során az előadásokat, egyéb feltöltött anyagokat, útmutatókat alkalomról alkalomra értő figyelemmel követik, egy-egy téma jobb feldolgozása és megértése érdekében részt vesznek interaktív feladatokban (csoportmunka, szakmai vita, aktuális szakmai hírek véleményezése), az elhangzottakkal kapcsolatban kérdéseket tesznek fel. Az elméleti anyagokon kívül, a szeminárium gyakorlati részében a hallgatók "ügynökségi" munkacsoportok keretében tartalomnaptárat terveznek, és ehhez kapcsolódóan kreatív tartalmakat állítanak elő egy potenciális ügyfél számára. Ehhez kapcsolódóan "ügynökségi" prezentációt szimulálnak, kooperálnak a csoporttagokkal, versenyeznek a többi csoporttal.

### A TÁRGY ÉRTÉKELÉSE:

A szeminárium esetében fejlesztő értékelés valósul meg, a hallgatói kompetenciák és az oktató-hallgató közötti kommunikáció tekintetében.

A projektmunka esetében egyéni értékelési szempont az alkalmakon való aktivitás, illetve felkészültség, a csoportmunkán belüli saját feladat teljesítése, az elvárások szerint, a határidők megtartásával. Ehhez kapcsolódik az ügynökségi ajánlat saját kidolgozott részének a feladathoz kapcsolódó tartalmi és formai megfeleltetése.

Az ügynökségi ajánlat, illetve ajánlattétel főbb értékelési szempontjai a következők: stratégia, kreativitás, eszközrendszer, megvalósíthatóság, prezentáció. Az órai aktivitásra, a csoportmunkára illetve a prezentációra összesen 50 pont kapható.

A hallgató sikeresen teljesítette a tárgyat, ha a szemináriumon 50%-on felüli teljesítményt ért el.

#### **KÖTELEZŐ IRODALOM:**

- Bedi Viktor et al.: *Tartalommarketing Kisokos 2.0*, Direkt és Interaktív Marketing Szövetség, 2018, <https://dimesz.hu/tartalommarketing/>

#### **AJÁNLOTT IRODALOM:**

- Bártfai Balázs: *Tartalommarketing a gyakorlatban : hogyan írj tökéletes tartalmakat könnyedén, szerezz egyre több le.* Netlight Consulting Kft., cop. 2017
- Bly, Robert W.: *The content marketing handbook : how to double the results of your marketing campaigns.* Entrepreneur Press, [2020]