

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) (ULM4523) | | | | | | |
| 2.2 Az előadásért felelős tanár neve | dr. Benedek István, egyetemi adjunktus | | | | | | |
| 2.3 A szemináriumért felelős tanár neve | drd. Petru Barbara, közösségi média specialista | | | | | | |
| 2.4 Tanulmányi év | III | 2.5 Félév | 5 | 2.6. Értékelés módja | Vizsga | 2.7 Tantárgy típusa | DD |

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. 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 tényszerű 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 |
|--|----------------------|--------------|
| 01. Közösségi média bevezetés | interaktív előadás; | |
| 02. Közösségi média platformok (ált bemutatás) | interaktív előadás; | |
| 03. Közösségi média platformok (ált bemutatás) | interaktív előadás; | |
| 04. LinkedIN platform bemutató | interaktív előadás; | |

| | | |
|---------------------------------------|---------------------|--|
| 05. Twitter platform bemutató | interaktív előadás; | |
| 06. Pinterest platform bemutató | interaktív előadás; | |
| 07. Snapchat platform bemutató | interaktív előadás; | |
| 08. TikTok platform bemutató | interaktív előadás; | |
| 09. Instagram platform bemutató | interaktív előadás; | |
| 10. Instagram brand kommunikáció | interaktív előadás; | |
| 11. Facebook platform bemutató | interaktív előadás; | |
| 12. Facebook page vs. profil működés | interaktív előadás; | |
| 13. Facebook brand kommunikáció | interaktív előadás; | |
| 14. Social media projektek bemutatása | interaktív előadás; | |

| 8.2 Szeminárium / Labor | Didaktikai módszerek | Megjegyzések |
|---|--------------------------|--------------|
| 1. Online kommunikációs terv készítése A-tól Z-ig | Kiscsoportos foglalkozás | |
| 2. Platformok és formátumok megismerése | Kiscsoportos foglalkozás | |
| 3. Rendezvény kommunikáció a közösségi médiában | Kiscsoportos foglalkozás | |
| 4. Termékkommunikáció a közösségi médiában | Kiscsoportos foglalkozás | |
| 5. Szolgáltatáskommunikáció a közösségi médiában | Kiscsoportos foglalkozás | |
| 6. Helyszíni kommunikáció a közösségi médiában | Kiscsoportos foglalkozás | |
| 7. Személyes (márka)kommunikáció a közösségi médiában | Kiscsoportos foglalkozás | |

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-Hull 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.

LIPSMAN, Andrew – MUDD, Graham – RICH, Mike – BRUICH, Sean (2012): The Power of „Like”. *Journal of Advertising Research*, 52(1), pp. 40-52.

NRIPENDRA, P. Rana – EMMA, L. Slade – GANESH, P. Sahu – HATICE, Kizgin – NITISH, Singh – BIDIT, Dey – ANABEL, Gutierrez – YOGESH, K. Dwivedi (2020): *Digital and Social Media Marketing. Emerging Applications and Theoretical Development*. Cham: Springer.

QUALMAN, Erik (2009): *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*.

New Jersey: John Wiley & Sons.

RETO, Felix – PHILIPP, A. Rauschnabel – CHRIS, Hinsch (2017): Elements of strategic social media marketing: a holistic framework. *Journal of Business Research*, vol. 70, pp. 118-126.

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.

ULRIKE, Arnhold (2010): *User Generated Branding. Integrating User Generated Content into Brand Management*. Wiesbaden: Gabler Verlag Publishing.

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 |
|--|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Előadás | Elméleti tudás értékelése | Írásbeli rácsteszt | 50% |
| Szeminárium | Gyakorlati tudás értékelése | Kiscsoportos projektmunkák | 50% |
| 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
2024.09.25.

Előadás felelőse
dr. Benedek István, adjunktus

Szeminárium felelőse
drd. Petru Barbara

Az intézeti jóváhagyás dátuma
2024.09.30.

Intézetigazgató
dr. Hosu Ioan, egyetemi tanár