

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	Digitális tartalomgyártás (Dezvoltare conținut digital) (UMM4326)						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	dr. Benedek István, egyetemi adjunktus						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	spec. Petru Barbara, Bloomberry Agency						
2.4 Tanulmányi év	II	2.5 Félév	3	2.6. Értékelés módja	Koll.	2.7 Tantárgy típusa	DS (opc)

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

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					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;

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 tantárgygazda közösen egyeztetik és rögzítik. Ezek a feltételek a félév

	<p>végéig kötelező érvényűek maradnak;</p> <ul style="list-style-type: none"> • A szeminárium sikeres zárásához kötelező az egyéni munkák határidőre történő leadása és bemutatása; • A csoportos feladatok leadása elektronikus úton történik. A szöveges állományok esetében elfogadott formátumok: doc, docx, pdf; a prezentációk esetében elfogadott formátumok: ppt, pdf, prezi.
--	---

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • CSZ1. A digitális média világához tartozó szaknyelv elsajátítása; • CSZ2. Digitális eszközök ismerete és korszerű használata; • CSZ3. Digitális tartalmak létrehozása, digitális stratégia kialakítása.
Transzverzális kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • CT1. Munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása; • CT2. Az egyéni szakmai fejlődés tényezőinek felmérése;

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

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	A féléves tárgy célja megismertetni a diákokkal a digitális média világának alapfogalmait, bizonyos digitális eszközök hatékony használatát, valamint a digitális tartalomgyártás és digitális kampánymenedzsment tervezésének és megvalósításának módszereit.
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> • Digitális készségek fejlesztése, specifikus digitális eszközök használatának elsajátítása, igazodva az aktuális piaci igényekhez, elvárásokhoz. • A szemináriumi foglalkozások során végzett gyakorlatok lehetőséget teremtenek olyan soft skilllek fejlesztésére, mint a kreatív problémamegoldás, a kooperatív munkavégzés, vagy projekt-alapú gondolkodás.

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
01. Tantárgyi elvárások ismertetése	interaktív előadás;	
02. Digitális kampányok tervezése (elemzés)	interaktív előadás;	
03. Digitális kampányok tervezése (stratégia)	interaktív előadás;	
04. Digitális kampányok tervezése (megvalósítás)	interaktív előadás;	
05. Digitális kampányok tervezése (értékelés)	interaktív előadás;	
06. Digitális tartalomgyártás (képek)	interaktív előadás;	
07. Digitális tartalomgyártás (videók)	interaktív előadás;	
08. Digitális hirdetési rendszerek (Meta)	interaktív előadás;	

09. Digitális hirdetési rendszerek (TikTok)	interaktív előadás;	
10. Digitális branding (pozicionálás)	interaktív előadás;	
11. Digitális branding (történetmesélés)	interaktív előadás;	
12. Digitális branding (identitás kialakítása)	interaktív előadás;	
13. Digitális branding (rebranding)	interaktív előadás;	
14. Féléves munka értékelése	interaktív előadás;	

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. Ismerkedés, csapatépítő gyakorlatok	Kiscsoportos foglalkozások	
2. Brainstorming gyakorlatok	Kiscsoportos foglalkozások	
3. Képszerkesztés gyakorlatok	Kiscsoportos foglalkozások	
4. Videószerkesztés gyakorlatok	Kiscsoportos foglalkozások	
5. Copywriting gyakorlatok	Kiscsoportos foglalkozások	
6. Social media tartalom-menedzsment	Kiscsoportos foglalkozások	
7. Digitális branding gyakorlatok	Kiscsoportos foglalkozások	

Bibliográfia

Anne Handley (2014): *Everybody Writes. Your Go-to Guide to Creating Ridiculously Good Content*. New Jersey: Wiley Publishing.

Dave Chaffey – Fiona Ellis-Chadwick (2020): *Digital Marketing. Strategy, Implementation and Practice*. Harlow: Pearson Education.

David Meerman Scott (2022): *The New Rules of Marketing & PR. How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases & Viral Marketing to Reach Buyers Directly*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.

Derek Thompson (2018): *Hit Makers. The Science of Popularity in an Age of Distraction*. New York: Penguin Press.

Donald Miller (2017): *Building a Story Brand. Clarify your Message So Customers Will Listen*. New York: HarperCollins.

Ian Dodson (2016): *The Art of Digital Marketing. The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted and Measurable Online Campaigns*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.

Joe Pulizzi – Brian Piper (2023): *Epic Content Marketing. How to Tell a Different Story, Break Through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. New York: McGraw Hill.

Karen Nelson-Field (2020): *The Attention Economy and How Media Works. Simple Truths for Marketers*. Singapore: Palgrave Macmillan.

Lon Sakfo (2012): *The Social Media Bible. Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons. Inc.

Nathalie Nahai (2017): *Webs of Influence. The Psychology of Online Persuasion*. Harlow, UK: Pearson Education.

Nir Eyal – Ryan Hoover (2019): *Hooked. How to Build Habit-forming Products*. London: Penguin Business.
Phil Barden (2023): *Decoded. The Science Behind Why We Buy*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons. Inc.

Seth Godin (2009): *Permission Marketing. Turning Strangers into Friends, and Friends into Customers*. New York: Simon & Schuster Publishing.

Simon Kingsnorth (2022): *The Digital Marketing Handbook. Deliver Powerful Digital Campaigns*. London: Kogan Page.

Simon Kingsnorth (2022): *Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing*. London: Kogan Page.

9. Az epiztemikus 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	Digitális média gyakorlatok	Hat egyéni feladatból három szabadon választott projekt elkészítése és határidőre történő leadása	90% (feladatonként 30%)
Órai aktivitás	Órai gyakorlatokba való bekapcsolódás	Az értékelés folyamatosan történik a félév során	10%

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
2024.09.28.

Előadás felelőse
dr. Benedek István, adjunktus

Szeminárium felelőse
spec. Petru Barbara

Az intézeti jóváhagyás dátuma
2024.09.30.

Intézetigazgató
dr. Hosu Ioan, egyetemi tanár