

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	Reklámanyagok elemzése (ULM4339)						
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	II	2.5 Félév	3	2.6. Értékelés módja	E	2.7 Tantárgy típusa	DS

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

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					15
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					15
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					20
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					4
Vizsgák					4
Más tevékenységek:.....					
3.7 Egyéni munka össz-óraszám	58				
3.8 A félév össz-óraszám	100				
3.9 Kreditszám	4				

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	• nincsenek
4.2 Kompetenciabeli	• nincsenek

5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	- 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	- A szeminárium 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 végéig kötelező érvényűek maradnak; - A szeminárium sikeres zárásához kötelező a csoportos munkák határidőre történő leadása és bemutatása;

	A félév során leadott dolgozatoknak egyéni hozzájárulást kell tartalmazniuk. Plágium esetében a hallgató elveszíti a vizsgán és utóvizsgán való részvétel jogát, esetenként a kari tanács előterjeszhető az eltanácsolás javaslata;
--	---

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	- C2. A korszerű információszerzési és kommunikációs módszerek ismerete és használata, beleértve a new media eszközeit is; - C4. Egy közkapcsolati / reklámkommunikációs termék előállítása és promoválása, közepes komplexitású kommunikációs kampányok megtervezése és lebonyolítása; - C6. A digitális kommunikációs és elemző eszközök beazonosításának és használatának képessége konkrét munkahelyzetekben.
Transzverzális kompetenciák	- CT2. Multidiszciplináris munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása, a csoporton belüli szerepek megfelelő munkavégzés; - CT4. Betartani az ügyfelek által küldött tájékoztató dokumentumokat, a munkatervet, a művészek kreatív igényeit, a programozók által meghatározott technikai követelményeket és a kivitelezés alatt álló projektekre előírányzott költségvetést. - CT6. Kreatív ötletek kidolgozásának és megfogalmazásának képessége kimondottan digitális kommunikációs és tartalomgyártási projektek számára.

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

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	- Tartalomgyártás képességének fejlesztése - Social media felületek kezelésének elsajátítása - Csapatban való munka képességének fejlesztése
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	- Csapatban felvett szerepek gyakorlása, saját erősségek felismerése - Közösségi média felületek hatékony kezelése - A megrendelő elvárásainak értelmezése és figyelem előtt tartása - Kreatív gondolkodásmód és brainstorming fejlesztése

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. Tantárgyi elvárások ismertetése	Vetített, interaktív előadás;	
2. BBTE KOMM szerkesztőség kialakítása: feladatkörök és munkacsoportok meghatározása	Vetített, interaktív előadás;	
3. Kreatív tartalomfejlesztési terv összeállítása és véglegesítése a közösségi média oldalakra	Vetített, interaktív előadás;	
4. A munkacsoportok tevékenységének folyamatos	Vetített, interaktív	

utánkövetése és monitorizálása	előadás;	
5. A munkacsoportok tevékenységének folyamatos utánkövetése és monitorizálása	Vetített, interaktív előadás;	
6. A munkacsoportok tevékenységének folyamatos utánkövetése és monitorizálása	Vetített, interaktív előadás;	
7. A munkacsoportok tevékenységének folyamatos utánkövetése és monitorizálása	Vetített, interaktív előadás;	
8. A munkacsoportok tevékenységének folyamatos utánkövetése és monitorizálása	Vetített, interaktív előadás;	
9. A munkacsoportok tevékenységének folyamatos utánkövetése és monitorizálása	Vetített, interaktív előadás;	
10. A munkacsoportok tevékenységének folyamatos utánkövetése és monitorizálása	Vetített, interaktív előadás;	
11. A munkacsoportok tevékenységének folyamatos utánkövetése és monitorizálása	Vetített, interaktív előadás;	
12. A munkacsoportok tevékenységének folyamatos utánkövetése és monitorizálása	Vetített, interaktív előadás;	
13. A munkacsoportok tevékenységének folyamatos utánkövetése és monitorizálása	Vetített, interaktív előadás;	
14. Féléves munka kiértékelése, következtetések	Vetített, interaktív előadás;	

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
01-02. Közösségi média platformokkal való ismerkedés: funkciók és tippek	Kiscsoportos foglalkozás, bemutató	
03-04. Kreatív tartalomgyártás social media kampányok számára (copy, design, vágás)	Kiscsoportos foglalkozás, bemutató	
05-06. Kreatív tartalomgyártás social media kampányok számára (copy, design, vágás)	Kiscsoportos foglalkozás, bemutató	
07-08. Kreatív tartalomgyártás social media kampányok számára (copy, design, vágás)	Kiscsoportos foglalkozás, bemutató	
09-10. Kreatív tartalomgyártás social media kampányok számára (copy, design, vágás)	Kiscsoportos foglalkozás, bemutató	
11-12. Kreatív tartalomgyártás social media	Kiscsoportos	

kampányok számára (copy, design, vágás)	foglalkozás, bemutató	
13-14. Féléves munka kiértékelése, következő lépések meghatározása, felkészülés a következő félévre	Kiscsoportos foglalkozás, bemutató	

Bibliográfia

Content Rules – Ann Handley & C.C. Chapman

How to create killer blogs, podcasts, videos, and social media content that engage audiences.

• **Jab, Jab, Jab, Right Hook** – Gary Vaynerchuk

How to craft content for different platforms and build a brand that resonates with audiences.

• **The Art of Social Media** – Guy Kawasaki & Peg Fitzpatrick

Actionable strategies for managing social media content effectively.

• **Building a StoryBrand** – Donald Miller

How to use storytelling techniques to create compelling brand messages.

• **Made to Stick** – Chip Heath & Dan Heath

Why some ideas thrive while others fade and how to craft sticky, engaging content.

• **Branding: In Five and a Half Steps** – Michael Johnson

A deep dive into how brands are built visually and strategically.

• **The Brand Gap** – Marty Neumeier

How to bridge the gap between business strategy and creative design in branding.

• **This Is Marketing** – Seth Godin

How to build a brand that attracts a loyal audience and creates impact.

• **Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media** – Brittany Hennessy

A guide for individuals looking to grow their online presence and personal brand.

• **Brand Thinking and Other Noble Pursuits** – Debbie Millman

Interviews with top branding experts on what makes brands successful in the digital world.

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
10.4 Előadás	Tárgyi tudás felmérése	Írásbeli teszt <i>egyéni értékelés</i>	40%
10.5 Szeminárium	Social media management	Folyamatos értékelés	60%

		<i>egyéni és munkacsoportok</i>	
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
• A szemináriumi részvételi arány az érvényes szabályozások értelmében min. 70% • A tantárgyi értékelés minden szakaszán a legalább 50%-os teljesítmény elérése			

Kitöltés dátuma
2024.10.01.

Előadás felelőse
dr. Benedek István, adjunktus

Szeminárium felelőse
drd. Petru Barbara

Az intézeti jóváhagyás dátuma
2024.10.05.

Intézetigazgató
dr. Hosu Ioan, egyetemi tanár