

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 (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 óraszám)

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					16
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					20
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					4
Vizsgák					2
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	- nyilvánosságelméletek és médiarendszerek ismerete; - szövegszerkesztési és prezentáció készítési alapismeretek; - kutatásmódszertani alapismeretek.

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 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 végéig kötelező érvényűek maradnak; • 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	• C2. Infokommunikációs technológiák és eszközök korszerű használata • C4. Kommunikációs kampányok megtervezése és lebonyolítása a digitális térben • C6. Digitális kommunikációs eszközök beazonosítása és használata
Transzverzális kompetenciák	• CT1. Felerősítő szakmai problémák megfelelő indoklás – elmélet és gyakorlati – mentén történő megoldása. • CT2. Hatékony munkavégzés készségének elsajátítása a csoportos projekt feladatokban, multidiszciplináris környezetben • CT3. A szakmai fejlődés igényének önértékelése, a hatékony munkaerőpiaci beilleszkedés érdekében.

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	• 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 kiscsoportos 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-Hill 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	Kicsoporotos projektmunkák	50%
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
2024.09.25.

Előadás felelőse
dr. Benedek István, adjunktus

Szeminárium felelőse
drd. Petru Barbara

Az intézeti jóváhagyás dátuma
2024.09.30.

Intézetigazgató
dr. Hosu Ioan, egyetemi tanár