

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	Online PR (ULM4558)						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	dr. Seer László-Csaba, egyetemi adjunktus						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	dr. Seer László-Csaba, egyetemi adjunktus						
2.4 Tanulmányi év	III	2.5 Félév	5	2.6. Értékelés módja	Vizsga	2.7 Tantárgy típusa	DS

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	• 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; • 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 leadott állományok elnevezése a következő struktúrát követi: csapattagok családnévei_évszám (pl. Ambrus_Balázs_Ceglédi_Demeter_2017.pdf) • A csoportos feladatok leadása elektronikus úton történik. A szöveges állományok esetében elfogadott formátumok: pdf; a prezentációk esetében elfogadott formátumok: ppt, pdf, prezi.
--	---

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	• C1. Az információ- és kommunikációtudományok területéhez kapcsolódó szaknyelv és a szakmai ismeretek elsajátítása; • C2. A korszerű információszerezési és kommunikációs módszerek ismerete és használata, beleértve a new media eszközeit is; • C3. A kommunikációban részt vevő felek és célcsoportok ismerete; • C4. Egy közkapcsolati / reklámkommunikációs termék előállítása és promoválása, közepes komplexitású kommunikációs kampányok megtervezése és lebonyolítása;
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	• az online marketingkommunikáció és online PR korszerű elméletének és gyakorlatának átadása; • online marketingkommunikációs stratégiák és taktikák ismertetése, példák, esettanulmányokon való szemléltetése; • Az előadások egy elméleti keretet és kontextust szolgáltatnak az online marketing jelenkori tudásanyagához és trendjeihez, míg a szemináriumok az érintett témák gyakorlati oldalait mutatják be.
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	• a kurzusokon és szemináriumokon résztvevők egy olyan kritikus és könnyen továbbfejleszhető tudásanyagot, készségeket, illetve szemléletmódot fognak elsajátítani, melyeket a jövőben nem érintenek a tudományterület gyors változásai. • az innovatív gondolkodásmód fejlesztése és a modern marketing szemléletmódjának kialakítása

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
01. Féléves tárgy elvárásainak megbeszélése, ismerkedés	Vetített, interaktív előadás;	
02. Digitalizáció és jövő: a digitális marketing behatárolása	Vetített, interaktív előadás;	
03. Termékek a digitális korban	Vetített, interaktív előadás;	
04. Ár a digitális korban	Vetített, interaktív előadás;	
05. Disztribúció a digitális korban	Vetített, interaktív előadás;	
06. Marketingkommunikáció a digitális korban	Vetített, interaktív előadás;	
07. Webanalitika: online fogyasztói viselkedés	Vetített, interaktív előadás;	
08. Webanalitika: online eszköztár	Vetített, interaktív előadás;	
09. Display advertising	Vetített, interaktív előadás;	
10. Keresőmarketing (SEM – Google Ads)	Vetített, interaktív előadás;	
11. Tartalommarketing	Vetített, interaktív előadás;	
12. SEO és UI/UX design	Vetített, interaktív előadás;	
13. Értéktérítés a digitális térben: online üzleti modellek	Vetített, interaktív előadás;	
14. Féléves tárgy összegzése és közös értékelés	Vetített, interaktív előadás;	

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. A digitális marketing behatárolása	Kiscsoportos foglalkozás	
2. Termékek a digitális korban	Kiscsoportos foglalkozás	
3. Árazás a digitális korban	Kiscsoportos foglalkozás	
4. Értékesítés a digitális korban	Kiscsoportos foglalkozás	
5. Marketingkommunikáció a digitális korban	Kiscsoportos foglalkozás	
6. Online eszköztár: display és SEM	Kiscsoportos foglalkozás	
7. Online eszköztár: tartalommarketing és SEO	Kiscsoportos foglalkozás	

Bibliográfia

Avornicului, M., & Seer, L. 2015. Gazdasági ügyletek az interneten. Cluj-Napoca: Editura Ábel.

Kotler, P. & Keller, L., 2013. Management Marketing. New Jersey: Pearson Education.

Seer, L. 2016. Online marketing alapjai. Egyetemi jegyzet. Babes-Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, Kolozsvár

Smith, P.R. & Chaffey, D., 2015. eMarketing Excellence: at the Hearth of eBusiness. Oxford: Butterworth Heinemann.

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	60%
Szeminárium	Gyakorlati tudás értékelése	Kiscsoportos projektmunkák	40%
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
2024.10.01.

Előadás felelőse
dr. Seer László, adjunktus

Szeminárium felelőse
dr. Seer László, adjunktus

Az intézeti jóváhagyás dátuma
2024.10.05.

Intézetigazgató
dr. Hosu Ioan, egyetemi tanár