|  |  |
| --- | --- |
| **Tantárgy neve:** Reklámkommunikáció II. | **Kreditszáma:** 3 |
| **A tanóra típusa:** szeminárium **Óraszáma:** 10 | |
| **A számonkérés módja:** gyakorlati jegy | |
| **A tantárgy tantervi helye:** 5. félév | |
| **Előtanulmányi feltételek:** – | |
| **Tantárgyleírás**:  A kurzus elsősorban a reklámgazdaság működési logikájának vázlatát adja. Értelmezi a médiaaktivitást, kiemelve a stratégiai és az implementációs tervezés sajátszerűségeit és a tervezést segítő döntés-előkészítő módszerek fontosságát. Bemutatja a full service ügynökségek felépítését, tárgyalja az ügynökségi médiamunka folyamatát. | |
| **Kötelező olvasmányok:**  Fazekas – Harsányi: *Marketingkommunikáció*, Szókratész Külgazdasági Akad., Bp., 2004.  Incze Kinga – Pénzes Anna: *A reklám helye 2.0*, Stardust Publishing, Bp., 2008.  Kaszás György: *A nagy adrenalinjáték.* Geomédia, Bp., 2006. | |
| **Tantárgy felelőse:** Dr. Demeter Márton adjunktus | |
| **Tantárgy oktatásába bevont oktató(k):** Csépányi Zsolt tanársegéd | |