

Reklám szakirányú továbbképzési szak

I. A szakirányú továbbképzés neve:

Reklám szakirányú továbbképzési szak

II. A szakirányú továbbképzési szak FIR-

kódja:

A képzési és kimeneti követelményeket tartalmazó határozat: OH-FHF/1787-8/2009.

III. A létesítő intézmény neve:

Budapesti Gazdasági Főiskola

IV. A szakirányú továbbképzési szak képzési és kimeneti követelménye:

1. A szakirányú továbbképzés megnevezése:

Reklám szakirányú továbbképzési szak

2. A szakképzettség oklevélben szereplő megnevezése:

Reklám tanácsadó

3. A szakirányú továbbképzés képzési területe:

Gazdaságtudományok képzési terület

1. A felvétel feltételei

Az alábbi képzési terület valamelyikén alapképzésben szerzett (BA, BSc) oklevél: Agrár, bölcsészettudomány, gazdaságtudományok, informatika, jogi és igazgatási, műszaki, művészet, művészetközvetítés, nemzetvédelmi és katonai, orvos- és egészségtudomány, pedagógusképzés, sporttudomány, társadalomtudomány és természettudomány.

4. A képzési idő:

2 félév

5. A szakképzettség megszerzéséhez összegyűjthető kreditek száma:

60 kredit

6. A képzés során elsajátítandó kompetenciák, tudáselemek, megszerzhető ismeretek, személyes adottságok készségek, a szakképzettség alkalmazása konkrét környezetben, tevékenységrendszerben:

A képzés során a hallgatók megismerik a kommunikáció folyamatát, a több lépcsős kommunikáció alkalmazásának a lehetőségeit, a marketingkommunikáció eszközrendszerét és módszertanát. Ismereteket szereznek a médiumok jellemzőiről, a marketingkommunikációban történő felhasználásukról, a médiastratégia alapelveiről, a médiatervezés és kutatás gyakorlatáról. Megismerik a márka működési mechanizmusát, a márkastratégia és márkamenedzsment gyakorlatát, a lokális és a globális márkák menedzselésének a különbségeit. Áttekintést kapnak a marketingkommunikáció hatékonyságát és eredményességét befolyásoló társadalomtudományi területek marketingkommunikációt érintő vonatkozásairól. Megismerik a marketingkommunikáció fejlődési irányait, az új marketingkommunikációs eszközöket és módszereket, valamint azok

felhasználási lehetőségeit, a kampányok tervezésének és menedzselésének a tartalmi alapjait és gyakorlatát.

A képzés során elsajátítandó kompetenciák, tudáselemek megszerezhető ismeretek:

- a) A Reklám szakirányú továbbképzésen részt vettek ismerik:
- a kommunikáció folyamatát, a kommunikációs modelleket,
 - a marketingkommunikáció eszközrendszerét, az ATL és BTL eszközöket és módszereket,
 - az egyes médiumok használatának előnyeit és veszélyeit,
 - a médiatervezés elméleti alapjait,
 - a márkastratégia kialakításának elméleti alapjait,
 - a nemzetközi márkák menedzselésének a gyakorlatát,
 - a globális és a lokális márkastratégia és menedzsment folyamatát,
 - az integrált marketingkommunikáció elvi alapjait,
 - a kampánytervezés folyamatát, az 5 „M” modellt,
 - a kampányok hatékonyságát, hatásosságát kifejező mutatószámokat, és azok számítását,
 - a reklámkutatás módszertanát,
 - az új marketingkommunikációs megoldásokat, és azok alkalmazási lehetőségeit.
- b) A Reklám szakirányú továbbképzésen részt vettek a megszerzett ismeretek birtokában képesek lesznek:
- a vállalati marketingkommunikációs tevékenység irányítására,
 - a vállalati marketingkommunikációs stratégia kidolgozására,
 - a vállalat márkastratégiájának a kialakítására,
 - a márkastratégiák gyakorlati megvalósítására, illetve annak a felügyeletére, irányítására,
 - a vállalati reklámkampányok koncepciójának a kialakítására,
 - a vállalati marketingkommunikáció integrálására,
 - a média és reklámkutatási eredmények értékelésére,
 - a vállalat globális és lokális reklámtevékenységének az integrálására,
 - a reklám, média és kutató ügynökségekkel való hatékony együttműködésekre,
 - a vállalati szponzorálás elveinek a meghatározására, szponzorálási stratégia kidolgozására,
 - a vállalat marketingkommunikációs célú rendezvényeinek a megtervezésére és megrendezésére,
 - a vállalat egyéb szervezeti egységeivel történő együttműködésre.

Személyes adottságok, készségek:

- marketing szemléletmód,
- marketingorientáció,
- nyitottság,
- jó kommunikációs készség,
- általános műveltség,
- kreativitás,
- elemző készség,
- kapcsolatteremtő készség,
- prezentációs készség.

A szakképzettség alkalmazása konkrét környezetben, tevékenységrendszerben:

Vállalkozásokban, multinacionális vállalatoknál intézményekben, és egyéb non-profit szervezetekben tevékenykedő szakemberek, akiknek a vállalati kommunikációt irányítani, menedzselni, végrehajtani kell.

2. A szakképzettség szempontjából meghatározó ismeretkörök és kreditértékük:

- Marketingkommunikációs eszközök és módszerek 7 kredit
- Márka stratégia, márka menedzsment 5 kredit
- Médiatervezés médiakutatás 5 kredit
- A marketingkommunikáció társtudományai 5 kredit
- Reklámkutatás és hatékonyságmérés 4 kredit
- Kampánytervezés és integrált marketingkommunikáció 5 kredit
- Globális és lokális reklámozás 4 kredit
- Kutatásmódszertan 3 kredit

7. Projektkonzultációk: integrált kampánytervezés 17 kredit

3. Szakdolgozat kreditértéke:

4. 5 kredit