



TANTÁRGYI ADATLAP

[kommunikáció- és médiatudományi mesterképzés](#)

I. Tantárgyleírás

Digitális és online tartalomfejlesztés

Digital and Online Content Production

Neptun-kód	szemeszter	K/V	értékelés	óraszám (e/gy)	kredit	nyelv	tárgyfélév
BMEGT43M160	2017/18	KV	v	4/0	5	magyar	1/1

A tantárgy oktatója



[Tófalvy Tamás](#), egyetemi adjunktus
tamastofalvy@gmail.com
Szociológia és Kommunikáció Tanszék

A tantárgy az alábbi témakörök ismeretére épít

-

Kötelező/ajánlott előtanulmányi rend

A kurzusra való jelentkezés feltétele az Internetpolicy és digitális médiagazdaságtan c. kurzus elvégzése

A tantárgy leírása

A kurzus célja, hogy gyakorlati úton mutassa be a hallgatóknak, hogyan jön létre, hogyan valósul meg a tartalom-disztribúció és monetizáció egy olyan digitális ökoszisztémában, ahol a fő bevételi forrás még az ingyenes szerkesztőségi tartalom melletti hirdetéseké, de már egyre nagyobb szeletben a natív és márkázott tartalmaké; és ahol a tartalmak terjesztésében az aggregátorok játsszák a főszerepet. A megértés mellett

fontos cél az is, hogy a hallgatók maguk aktívan, kreatívan tudjanak részt venni a folyamatban, és alakítani azt. Stratégiailag gondolkodjanak, tisztában legyenek a szerkesztőségi és kereskedelmi szempontokkal egyaránt, és azzal is, hogy a tartalom ma már jöhet mindkét oldalról. Egyfajta összekötő szerepre készüljenek fel, a két egyre jobban egybefonódó világ között, de egyben értsék is azokat értékeket (függetlenség, hirdetői szponzoráció feltüntetése, etc.), amelyek fontosak a minőségi, hosszú távon fenntartható és jövedelmező szerkesztőségi és branded valamint tartalommarketinges tartalmak előállításában is. Olyan kérdésekkel foglalkozunk például, hogy: hogyan kell egy közösségi platformon vagy online médiavállalatnál megtervezni a tartalommenedzsmentet, a tartalomfolyamat és -struktúrát? Hogyan kell kiválasztani a közönséget, kiszolgálni az igényeket, és megtervezni a munkafolyamatot? Ugyanezt hogyan kell végrehajtani mint hirdető, azaz tartalommal kommunikáló vállalat, vagy digitális felületeken jelenlévő, kommunikáló szereplő? Meghívott gyakorlati szakemberek számolnak be a szakmai eljárásokról, esettanulmányokat elemzünk és együtt dolgozunk – mindezt külső helyszíneken, a közreműködő médiavállalatoknál és ügynökségeknél. A gyakorlatok során saját tartalomfejlesztési projektek, stratégiák kidolgozásán és megvalósításán dolgozunk média vagy tartalommarketing területen, rendszeres beadandókkal, miközben betekintünk digitális nagyvállalatok, szerkesztőségek, archívumok gépházaiba.

A tantárgy témakörei

kedd
16:15-19:45

heti témakörök

2018.02.06	Bevezetés
2018.02.13	Konzultáció 1. (projektek)
2018.02.20	Tartalomfejlesztés (szerkesztőségi tartalmak / 1.)
2018.02.27	Tartalomfejlesztés (szerkesztőségi tartalmak / 1.)
2018.03.06	Konzultáció 2. (projektek)
2018.03.13	Tartalomfejlesztés (szerkesztőségi tartalmak / 2.)
2018.03.20	Tartalomfejlesztés (szerkesztőségi tartalmak / 2.)
2018.03.27	Konzultáció 3. (projektek)
2018.04.03 oktatási szünet	Oktatási szünet
2018.04.10	Tartalomfejlesztés (branded / natív tartalmak 1.)
2018.04.17	

	Tartalomfejlesztés (branded / natív tartalmak 1.)
2018.04.24	Tartalomfejlesztés (branded / natív tartalmak 2.)
2018.05.01 oktatási szünet	oktatási szünet
2018.05.08	Tartalomfejlesztés (branded / natív tartalmak 2.)
2018.05.15	Prezentációk

Irodalom

- Órai jegyzet

A félév során szükséges olvasmányok egy megosztott Google Drive mappában lesznek elérhetőek.

A tantárgy oktatásának módja

előadás

II. Tantárgykövetelmények

Pótlási lehetőségek

Az egyetemi TVSZ szerint

Konzultációs lehetőségek

E.713 péntek 13:00-15:00 (előzetes email-egyeztetés alapján)

A kurzus teljesítésének feltételei

A félév végi aláírás megszerzésének feltétele a külső helyszíneken zajló illetve meghívott előadók által tartott órák 75%-án való részvétel (min. 6 alkalom a 8-ból), valamint minimum 3 projekt-konzultáció.

Értékelési szempontok

Értékelés

jeles (5)	Excellent [A]
jeles (5)	Very Good [B]
jó (4)	Good [C]
közepes (3)	Satisfactory [D]
elégéséges (2)	Pass [E]
elégtelen (1)	Fail [F]

A tantárgy sikeres teljesítésével elsajátítható kompetenciák

Tudás

- Ismeri a kommunikáció és média területét meghatározó társadalmi, strukturális, gazdasági és politikai folyamatok legfontosabb tényezőit
- Ismeri a kommunikáció és kultúra összefüggéseit, e kapcsolat különböző szintű megnyilvánulásait és ezek következményeit a társadalmi kommunikáció összefüggésrendszerében

Képesség

- Képes az elméleti és a gyakorlati munkája során megismert kommunikációs szinteken és színtereken feltárt tények alapos és részletes elemzésére és az eredményekből kibontható összefüggések feltárására
- A kommunikáció és médiakutatás területén képes a feldolgozott információk alapján reális értékítéletet hozni, és az ezekből levonható következtetésekre építve önálló javaslatokat megfogalmazni
- Szakmai szóhasználata során magabiztosan használja a szakma szókincsét, a szakma szaktudományos alapfogalmait, és a rájuk épülő speciális szakszókészlet elemeit

Attitűd

- Képes kommunikációs készségek elsajátítására és ezek folyamatos fejlesztésére, önreflexióra e területen mutatott képességeivel kapcsolatban

Önállóság és felelősség

- Egy szakmai munkaközösségbe kerülve képes az ottani szakmai elvárásoknak megfelelően összetett feladatok elvégzésére, illetve irányítására
- Felelősséget vállal az általa készített anyanyelvű és idegen nyelvű szakmai szövegekért, tudatában van azok lehetséges következményeinek

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

kontakt óra	40%
házi feladat elkészítése	30%
kutatási beszámolók elkészítése	30%
összesen	100%

Tantárgyfelelős

név
[Tófalvy Tamás](#)
[2017/18. I. félév](#)

beosztás
egyetemi adjunktus

tanszék
BME Szociológia és Kommunikáció Tanszék