



## TANTÁRGYI ADATLAP

---

[0](#)

### I. Tantárgyleírás

# Reklámszociológia

Sociology of Advertising

Neptun-kód	szemeszter	K/V	értékelés	óraszám (e/gy)	kredit	nyelv	tárgyfélév
BMEGT439767	2017/18	V	f	2/0	2	magyar	1/2

#### A tantárgy oktatója



[Virányi Péter](#), címzetes egyetemi docens  
[peterviranyi@t-online.hu](mailto:peterviranyi@t-online.hu)  
Szociológia és Kommunikáció Tanszék

#### A tantárgy az alábbi témakörök ismeretére épít

-

#### Kötelező/ajánlott előtanulmányi rend

-

#### A tantárgy leírása

A kurzus célkitűzése, hogy ismereteket adjon a reklámkommunikációról, mint a társadalmi kommunikáció egyik sajátos formájáról. A kurzuson a hallgatók betekintést kapnak a reklámok társadalmi szerepéről, készítési sajátosságairól, médiaválasztásról, kreatív tervezés néhány módszeréről. A jelentkezők megismerkednek a reklámok történelmével, természetével, fogadtatásukkal, hatásukkal, valamint

hatékonyságuk néhány vizsgálati technikájával. Betekintést nyernek az egyes médiumok sajátosságaiba. A kurzus olyan kérdésekre keres (és talál) válaszokat, mint például: hogyan készül a reklám? Milyen törvényszerűségeket célszerű figyelembe venni? Milyen lépésekből tevődik össze a reklámkészítés? Hogyan épül fel egy reklámkampány? Hogyan lehet a hatékonyságát, hatását ellenőrizni? Milyen technikai feltételeknek kell eleget tennie?

## A tantárgy témakörei

<b>hétfő</b> 10:15-11:45	<b>kedd</b> 17:15-18:45	<b>szerda</b> 14:15-15:45	<b>heti témakörök</b>
2018.02.05	2018.02.06	2018.02.07	Reklám és szociológia. Reklámszociológia tárgya, vizsgálati terepe.
2018.02.12	2018.02.13	2018.02.14	Reklámtervezés folyamata. 5 M.
2018.02.19	2018.02.20	2018.02.21	Cél, célcsoport, reklámüzenet megfogalmazása
2018.02.26	2018.02.27	2018.02.28	Módszerek, technikák
2018.03.05	2018.03.06	2018.03.07	Márkák, márkaépítés
2018.03.12	2018.03.13	2018.03.14	Reklámfogyasztási szokások
2018.03.19	2018.03.20	2018.03.21	A hazai média piac, ATL reklámok
2018.03.26	2018.03.27	2018.03.28	BTL reklámok
2018.04.02 <a href="#">oktatási szünet</a>	2018.04.03 <a href="#">oktatási szünet</a>	2018.04.04 <a href="#">oktatási szünet</a>	Tavaszi szünet
2018.04.09	2018.04.10	2018.04.11	Gerillamarketing
2018.04.16	2018.04.17	2018.04.18 <a href="#">oktatási szünet</a>	Reklám az interneten
2018.04.23	2018.04.24	2018.04.25	Termékelhelyezés
2018.04.30	2018.05.01 <a href="#">oktatási szünet</a>	2018.05.02	Reklámszervezetek

2018.05.07	2018.05.08	2018.05.09	Reklámozás jogi háttere
2018.05.14	2018.05.15	2018.05.16	Reklámhatás, hatékonyság mérése

## Irodalom

- Aronson—Pratkanis: A rábeszélőgép. Bp., Ab Ovo Kiadó, 1996.
- Bernard Brochand - Jacques Lendrevie A reklám alapkönyve. Akadémia K. 2004.
- Bourdieu, Pierre: Előadások a televízióról. Budapest, Osiris Kiadó, 2001.
- Brochand, Bernard, Jacques Lendrevie: A reklám alapkönyve. Budapest, KJK-Kerszöv Kiadó, 2004.
- Brooks, David: A társas lény. Libri Kiadó. 2013.
- Fazekas I. – Harsányi D.: Marketingkommunikáció, SZOKRATESZ, Budapest, 2001.
- George Gerbner: A média rejtett üzenete. Válogatott tanulmányok. Bp., Osiris K.— MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 2000.
- Incze Kinga, Péntes Anna(2006) A reklám helye 2.0. A hatékony médiatervezés és -vásárlás kézikönyve. Mediaspirit Consulting Kft.
- Incze Kinga, Péntes Anna: A reklám helye 2.0. Budapest 2006.
- Janky Béla: Fogyasztás a modern társadalmakban. In: S. Nagy Katalin (szerk): Szociológia közgazdászoknak. Typotex 2007.
- Kádár Magor: Kampánykommunikáció. Kézikönyv a kommunikációs kampányok tervezéséhez és elemzéséhez. Kriterion kiadó, Kolozsvár, 2008.
- Kaszás György: A nagy adrenalinjáték: reklámcsinálás, amitől gyorsabban ver a szívem. Budapest, Geomédia Lap- és Könyvkiadó, 2000.
- Ogilvy: A reklámról. Park 1999.
- Ogilvy: Egy reklámszakember vallomásai. Park 1997.
- Papp-Váry Árpád: A márkanév ereje. Dialóg Campus 2014.
- Randall, Geoffrey: Márkázás a gyakorlatban. Geomédia szakkönyvek, Budapest, 2000.
- Sas István (2007) Reklám és pszichológia. Kommunikációs Akadémia Könyvtár
- Virányi Péter (2005, 2015) A reklám fogalomtára. Gondolat K.
- Virányi Péter (2010) Reklámszociológia. Gondolat K.
- Virányi Péter (2017) Több mint reklámtörténelem. Gondolat K.

## A tantárgy oktatásának módja

előadás

## II. Tantárgykövetelmények

### Pótlási lehetőségek

Az egyetemi TVSZ szerint

## Konzultációs lehetőségek

hétfő 12:00-13:00 (előzetes email-egyeztetés alapján)

## A kurzus teljesítésének feltételei

A félév során

- 5 alkalommal random katalógus során, legalább 3 érvényes, saját kezű aláírás
- Házi dolgozat elkészítése, határidőre való beadása.
- A határidőre elkészített és beadott dolgozatok értékelésén, jegybeíráson való személyes részvétel.

Amennyiben bármely feltétel hiányzik, úgy a félév nem teljesített.

## Értékelési szempontok

Az értékelés alapvető szempontja a hallgató önálló véleményének a dolgozatban való kifejtése a saját maga által választott témájával kapcsolatban. Ez minimum az esszé terjedelmének legalább 1/5-t kell, hogy tartalmazza.

<i>A félévi jegy komponensei</i>	<i>Értékelés</i>
Dolgozat jelentős része saját vélemény, illetve saját kutatáson alapul	Jeles
Dolgozat tartalmaz saját véleményt, de gerince irodalom ismertetés, feldolgozás	Jó
Dolgozat túlnyomó részben irodalom ismertetés, feldolgozás	Közepes
Dolgozat jelentős részben másolt, alig tartalmaz saját értékelést, vagy formai követelményeknek nem felel meg	Elégséges
Dolgozat másolt, plagizált, formai, vagy/és tartalmi követelményeknek nem felel meg	Elégtelen

## Értékelés

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

## A tantárgy sikeres teljesítésével elsajátítható kompetenciák

Tudás

- Ismeri a reklám világában fellelhető szabályszerűségek leírásához szükséges fogalmakat, a legfontosabb összefüggéseket és elméleteket;
- ismeri a reklámtevékenységek mélyében meghúzódó befolyásolási mechanizmusokat,
- ismeri a különböző reklámtípusokat, reklámtechnikákat.

## Képesség

- Képes önálló tanulás megtervezésére, megszervezésére és végzésére,
- képes megérteni és használni a reklámszociológiával kapcsolatos témák jellemző szakirodalmát, könyvtári forrásait,
- képes arra, hogy a mindennapi életben felismerje a reklámszociológia által elemzett tipikus társadalmi helyzeteket, és a gyakorlatban hasznosítsa az elméletben tanultakat,
- képes használni kreativitását.

## Attitűd

- Nyitott a reklámszociológia által folyamatosan termelt új információk megismerésére és befogadására;
- együttműködik az ismeretek bővítése során az oktatóval és hallgató társaival,
- folyamatos ismeretszerzéssel bővíti tudását, nyitott az információtechnológiai eszközök használatára.

## Önállóság és felelősség

- Nyitottan fogadja a megalapozott kritikai észrevételeket,
- egyes helyzetekben – csapat részeként – együttműködik hallgatótársaival a feladatok megoldásában.

## A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

összesen 100%

## Tantárgyfelelős

<b>név</b>	<b>beosztás</b>	<b>tanszék</b>
<a href="#">Szabó Levente</a> <a href="#">2017/18. I. félév</a>	egyetemi adjunktus	BME Szociológia és Kommunikáció Tanszék