

Általános információk:

Tanterv:

Tantárgy neve:

MARKETING ÉS ALKALMAZOTT GRAFIKA
(Marketing and graphic design)

Tantárgy kódja:

SZB107MN

Szak:

bármelyik

Kreditek száma:

2

A heti órák elosztása:

2 ea (14 alkalommal)

Értékelés:

évközi jegy (f)

Előfeltételek:

előfeltétel esetén tantárgy neve, kódja -

Tantárgy felelős:

Dr. Mészáros Bernadett, egyetemi adjunktus

Iroda: 7624 Magyarország, Pécs, Boszorkány u. 2. B-342

E-mail: meszaros.bernadett@mik.pte.hu

Munkahelyi telefon: +36 72 503 650 / 23835

Oktatók:

Dr. Mészáros Bernadett, egyetemi adjunktus

Iroda: 7624 Magyarország, Pécs, Boszorkány u. 2. B-342

E-mail: meszaros.bernadett@mik.pte.hu

Munkahelyi telefon: +36 72 503 650 / 23835

Tárgyleírás

Marketing stratégiai, módszertani ismeretekre építve a tárgy keretében bemutatásra kerül, hogy mit jelent egy cég/termék esetében a pozicionálás és a márkaépítés. Milyen céges stratégiai döntések kapcsolódnak hozzá, melyek a márkával szembeni elvárások, úgy a marketinges tartalmi, mind a design- formai oldalról. Megnézzük mi a különbség és mi a kapcsolat márka létrehozása és céges arculatterv között. Megmutatjuk miként épül fel az arculati kézikönyv, milyen feladatokat kell elvégezni, milyen döntéseket szükséges meghozni. Ehhez kapcsolódóan bemutatjuk, az arculatot hordozó marketing eszközök működését és az azt szolgáló grafikai megoldásokat, különösen a kiadványok a csomagolás és a plakátok vonatkozásában. Ehhez kapcsolódóan megnézzük hazai és külföldi mintákat, megnézzük, hogy az egyes önálló elemek, miként lesznek képesek összehangolt arculati rendszert alkotni, és ezek mit üzennek a fogyasztónak. A félév során tervezünk egy beszélgetést arról, hogy mit jelent a kommunikáció a vizuális művészetek nyelvén. A félév során a hallgatói közösséggel egyeztetettek szerint opcionális programként lesz lehetőségünk egy aktuális pécsi kiállítás megtekintésére. Vendégelőadó: Pinczehelyi Sándor Munkácsy - díjas, Erdemes- és Kiváló művész.

Oktatás célja

Mitől lesz jó, a piacon is eladható, vagy a terméket, céget eladó egy alkalmazott grafikai megoldás? A kurzus célja, építész, építőművész, de akár mérnök hallgatókat megismertetni azzal a folyamattal, ami a hagyományos grafikai tervezés mögött áll. Az alkalmazott grafika a nevéhez hűen egy termék, szolgáltatás, személy vagy cég eladását, piaci népszerűsítését szolgálja, nem autonóm művészet. Ennek érdekében a marketing és grafika együttműködését, a két szakterület egymásra-hatását igen fontos megérteni. Cél építész, építőművész hallgatók számára az arculati design tervek mögött húzódó marketinges szakmai követelmények megismertetése.

Tantárgy tartalma

A kurzus által tárgyalt témakörök:

1. Célpiazi marketingstratégia
2. Márkaépítés/Branding
3. Az arculatterv
4. Arculati elemek megjelenése, kiadvány, csomagolás, ajándéktárgyak
5. A plakát
6. Kommunikáció a vizuális művészetek nyelvén

Számonkérési és értékelési rendszere

A tantárgy felvételével, követelményrendszerével, teljesítésével, a hallgató szorgalmi-, vizsga- és záróvizsga időszak kötelező teendőivel kapcsolatban minden esetben a Pécsi Tudományegyetem érvényben lévő Szervezeti és Működési Szabályzatának 5. számú melléklete, a Pécsi Tudomány egyetem **Tanulmányi és Vizsgaszabályzata (TVSZ)** az irányadó.

Jelenléti és részvételi követelmények

A PTE TVSZ 45.§ (2) és 9. számú melléklet 3§ szabályozása szerint a hallgató számára az adott tárgyból érdemjegy, illetve minősítés szerzése csak abban az esetben tagadható meg hiányzás miatt, ha levelező tagozaton egy tantárgy esetén a tantárgyi tematikában előírt irányzott foglalkozások több mint 50%-áról hiányzott.

A jelenlét ellenőrzésének módja: jelenléti ív

Számonkérések

Félévközi ellenőrzések, teljesítményértékelések és részarányuk a minősítésben

Típus	Értékelés	Részarány a minősítésben
Órai aktivitás	max 10 pont	10%
Beadandó házi feladat: "Pécs és a Bauhaus", plakátterv saját projektmunka, a félév elején adott instrukció szerint a tárgy tematikájához kapcsolódóan	max 90 pont	90%
Együtt	max 100 pont	100%

A.) Félévközi jeggyel záruló tantárgy (PTE TVSz 40§(3))

Pótlási lehetőségek módja, típusa (PTE TVSz 47§(4))

Pótlásra az utolsó órán, illetve a vizsgaidőszak első két hetében van lehetőség.

Az aláírás megszerzésének feltétele

Az órák látogatása min. 50% részvétellel, az órai 1 egyéni feladat elkészítése min. 50% készültségi szinten

Az érdemjegy kialakításának módja %-os bontásban

Az összesített teljesítmény alapján az alábbi szerint.

Érdemjegy:	5	4	3	2	1
	A, jeles	B, jó	C, közepes	D, elégséges	F, elégtelen
Teljesítmény %-os:	85%-100%	70%-84%	55%-69%	40%-55%	0-39%

Irodalom

Kötelező irodalom és elérhetősége

- Serfőző Péter: Branding és a vizuális válasz (Hogyan lesz a brandből arculat?), 2021, zwoelf kft., 160 p
- Papp-Váry Árpád: Versenyképes identitás és imázs teremtése (https://mersz.hu/dokumentum/m467ormark__1/)
- Mészáros Bernadett: a tantárgyhoz készített módszertani segédanyagok, és órai prezentációk, melyek a hallgatóknak átadásra kerülnek
- Mészáros B. – Orosdy B.: Városmárka a kultúra fővárosa projektév után Pécsset, Marketing és Menedzsment, PTE – Publikon Kiadó, 2012
- Sebők Zoltán: Az új művészet fogalomtára, 1945-től napjainkig, Orpheusz Kiadó, 1996

Ajánlott irodalom és elérhetősége

- Pécs építészete – Tegnapelőtt, tegnap, ma, holnap, Balassi Kiadó 2020, 259 p
- Bauer András: A márka és a márkaérték elméleti kérdései és gyakorlati feladatai, 1995
- Rekettye Gábor (1997): Értékteremtés a marketingben: Termékek piacvezérelt tervezése, fejlesztése és menedzselése. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó
- Rekettye Gábor (2018): Értékteremtés 4.0: Termékek és szolgáltatások vevőorientált tervezése, fejlesztése és menedzselése. Budapest: Akadémiai Kiadó
- Rekettye Gábor–Töröcsik Mária–Heti Erzsébet (2015): Bevezetés a marketingbe. Budapest: Akadémiai Kiadó
- Philip Kotler: Marketing management, Műszaki Könyvkiadó Budapest, 1993, 624 p

- Árendás József plakátvilága /poster world, 320 p
- Schubert Péter 70kedés, Szekszárd, 2016, 190p
- 15 Magyar Plakát Társaság, Budapest, 2004.,318p

Oktatási módszer

1. tematika szerinti előadások, az előadásokhoz kapcsolódóan a módszertani eszközök gyakorlati alkalmazása egy-egy eset ismertetése által is átadásra kerül
2. a feladat első beadását követően javítási lehetőség és konzultációs lehetőség a hallgató rendelkezésére áll

Metodika és szempontrendszer:

Elméleti módszertani ismeretek átadása

Az elméleti tudásanyagokhoz rendelt, azok jobb megértését szolgáló gyakorlati példa/eset közös órai feldolgozása, értelmező kérdések

A feladatról pluszban konzultációs lehetőség – egyéni, vagy kisebb csoportos

Részletes tantárgyi program és követelmények

Feladatok és követelményrendszerük

A féléves teljesítendő feladat:

kiadása az első órán megtörténik szóban és írásban. Az elkészítéshez a segédanyagok szintén az első konzultáció alkalmával átadásra kerülnek.

A beadandó féléves feladat elkészítésének és értékelésének fontosabb szempontjai:

Elkészítendő: Pécs az építészettörténet tükrében, plakáttér saját projekt munka, a félév elején adott instrukció szerint, a tárgy tematikájához kapcsolódóan. Értékelési szempont: önálló munkavégzés, kifejező erő, a marketing szakmai szempontok érvényesülése a design megoldásokban.

Az év végi feladathoz maximum 10 pontot (10%) az órai aktivitás hozzáad.

Program heti bontásban

Okta- tási hét	Téma	Téma kibontása
1.	Bevezető, a félév menetrendje, féléves feladat kiadása	Mi a marketing? Mit jelent az alkalmazott grafika a marketing eszköztárban? Gondolatok a fogyasztóról és a magatartására ható tényezőkről. Instrukció, háttér a beadandó feladathoz.
2.	Marketing stratégia – USP, azaz egyedi megkülönböztető ajánlat kialakítása és márkaépítés, valamint a marketing „4+3 P” -je	A marketingstratégia-építés célja. Lehetséges pozicionálási szempontok meghatározása. Az ajánlat tulajdonságainak kialakítása, egyedi jelzővel való ellátása és a vevő felé történő kommunikálása. A termék – árazás. – elosztás és promóció integrált alkalmazása.
3.	Termék és termékmárka. A márkaépítésről.	Mit jelent a termékhagyomány? Hol jelenik meg ebben a márka valamint annak egyes elemei, jellemzői. Mikor érdemes márkát építeni (márkadöntések). A márka jelentés szintjei. A márkázás és az involvement kapcsolata. Híresebb márkatörténetek áttekintése.
4.	Az arculatterv, a CI elemei	Arculat vagy imázs. A szervezet személyiségének alkotóelemei. Az arculati kézikönyv. Gyakorlati példák bemutatása.
5.	Az arculatot hordozó eszközök, kiadványterv	Felépített arculati rendszerek – gyakorlati példák bemutatása.
6.	Csomagolás és ajándéktárgyak	A csomagolás és a címkézés funkciói. Csomagolás és ajándéktárgyak – gyakorlati példák bemutatása.

7.	A plakát	Egy kis plakáttörténet. A plakát, mint képzőművészeti műfaj és mint alkalmazott grafika. Magyar Plakáttársaság tagjainak munkái, különösen az alapítók: Orosz István, Árendás József, Pinczehelyi Sándor és a fiatalabb generáció munkái.
8.	ősz szünet	
9.	A plakát	Lengyel-Magyar Plakátok, Michel Bouvet plakátok, pécsi nemzetközi plakátbiennálén megjelent munkák. Beszélgetés a plakátról.
10.	Kommunikáció a vizuális művészetek nyelvén - Mészáros Bernadett - Pinczehelyi Sándor	A vizuális kommunikáció. A kommunikáció, mint participáció. A kortárs művészeti alkotás, mint tartalom. Szubjektív válogatás kortárs hazai képzőművészek munkáiból. Pinczehelyi Sándor, Bak Imre, Lantos Ferenc, Martyn Ferenc, Lovas Ilona – alkotások és üzeneteik.
11.	egy pécsi kortárs képzőművészeti kiállítás megtekintése	előre egyeztetett időpontban
12.	beszélgetés a kiállításról	
13.	plakáttervek bemutatása és konzultáció	
14.	plakáttervek bemutatása és konzultáció	

.....
Dr. Mészáros Bernadett tantárgyfelelős

Pécs, 2025.08.25.