

SZOCIÁLIS ÉS MUNKAÜGYI MINISZTERIUM

Vizsgarészhez rendelt követelménymodul azonosítója, megnevezése:
2666-06 Reklámszervező szakmenedzser tevékenysége

Vizsgarészhez rendelt vizsgafeladat megnevezése:
2666-06/3 Záró dolgozat megvédése (prezentáció a dolgozat lényegi elemeinek ismertetésével)

Szóbeli vizsgatevékenység

Szóbeli vizsgatevékenység időtartama: 15 perc

A 20/2007. (V. 21.) SZMM rendelet 23. § 1. bekezdésében foglaltak alapján a szakmai vizsga szóbeli tételét a 2042/2009. számon kiadom.

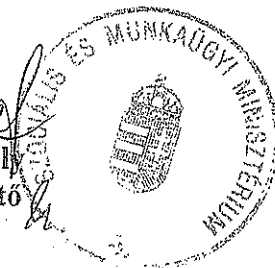
EREDETVEL MINDENKÉppen
MEGEGYEZŐ MÁSOLAT

A. Nagy



Jóváhagyta:

Mátyus Mihály
Mátyus Mihály
főosztályvezető



2009

NEMZETI SZAKKÉPZÉSI ÉS FELNŐTTKÉPZÉSI INTÉZET

Érvényes: 2009. 12. 17-től

Vizsgarészhez rendelt követelménymodul azonosítója, megnevezése:
2666-06 Reklámszervező szakmenedzser tevékenysége
Vizsgarészhez rendelt vizsgafeladat megnevezése:
3. vizsgafeladat
Záró dolgozat megvédése (prezentáció a dolgozat lényegi elemeinek ismertetésével)

A 10/2007 (II. 27.) SzMM rendelettel módosított 1/2006 (II. 17.) OM rendelet Országos Képzési Jegyzékről és az Országos Képzési Jegyzékbe történő felvétel és törlés eljárási rendjéről alapján.

Szakképesítés, szakképesítés-elágazás, rész-szakképesítés, szakképesítés-ráépülés azonosító száma és megnevezése, valamint a kapcsolódó szakképesítés megnevezése:

55 345 01 0010 55 06	Reklámszervező szakmenedzser	Kereskedelmi menedzser
-----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------

A tételsor a 15/2008. (VIII.13.) SZMM rendeletben foglalt szakképesítés szakmai és vizsgakövetelménye alapján készült.

C

A záródolgozat elkészítésének főbb szempontjai:

1. A záródolgozat lehetséges témakörei

Az adott képzőintézmény képzési programjában meghatározott követelményrendszernek megfelelő témában vagy az alább felsorolt témakörökben:

I. Marketingmenedzsment témakörök

- A marketing jelentősége a nonprofit szektorban
- Egy induló vállalkozás piaci bevezetése, az azzal járó feladatok számbavétele
- Egy szabadon választott cég marketingstratégiája
- Egy konkrét vállalat piaci pozíciójának elemzése, javaslattétel
- A termékmenedzseri rendszer előnyei, kialakításának folyamata konkrét esettanulmányon keresztül
- Egy adott vállalat marketingszervezetének felépítése, kapcsolata más területekkel
- Új értékesítési formák térhódításának bemutatása Magyarországon konkrét példán keresztül
- Versenyhelyzet elemzése, bemutatása választott példán keresztül
- A pénzügyi válság lehetséges hatása a magyar vállalkozások marketingstratégiájára
- Egy konkrét konferencia- és rendezvényszervező cég marketingtevékenységének bemutatása, elemzése, a piacbefolyásolás lehetséges eszközei
- Vállalkozásokat segítő tanácsadó cégek marketingmunkájának bemutatása
- Mikro- és kisvállalkozások által is hatékonyan alkalmazható marketingmegoldások bemutatása konkrét példákon keresztül
- Gerillamarketing megoldások bemutatása kis- és nagyvállalatoknál konkrét példák elemzésén keresztül
- A marketing jelentősége a nonprofit szektorban

II. Vállalati kommunikáció, marketingkommunikáció témakörök

- Egy adott vállalat arculati elemeinek történeti változása, az arculatváltás okainak elemzése
- Az egységes arculat kialakításának lépései egy konkrét vállalati példán keresztül
- A reklámpiacon érvényesülő tendenciák hatásai egy konkrét hazai vállalat kommunikációs gyakorlatára
- A vállalati arculat, és annak megjelenése kiállításokon, vásárokon
- Hogyan és hol hirdessünk? – adott vállalat hirdetési stratégiája
- Reklám szerepe a gazdasági, társadalmi válságban
- A kutatás szerepe a reklámkampány előkészítésében, tervezésében és értékelésében - konkrét példán keresztül
- Marketingkommunikációs stratégia készítése konkrét termék, cég vonatkozásában
- Egy vállalat reklámtevékenységének bemutatása, értékelése, elemzése, javaslattétel a jövőre vonatkozóan
- Induló vállalkozás kommunikációs stratégiájának, reklámstratégiájának kialakítása
- Egy konkrét vállalat /termék/szolgáltatás/esemény reklámkampányának megtervezése
- Környezettudatosság a reklámban
- Hasonló tevékenységet végző vállalatok/szervezetek azonos szolgáltatásával/termékével kapcsolatos kampány összehasonlítása
- Egy szabadon választott vállalat kiállításon, vásáron való részvételének elemzése
- Kiállítások, vásárok szerepe a termékek külpiacon értékesítésében – konkrét termék(ek) bemutatásán keresztül
- Kiállítások és vásárok a hazai és nemzetközi gyakorlatban – konkrét példá(ko)n keresztüli bemutatás
- A kiállítás és vásár, mint komplex kommunikációs helyszín
- Az eladáshelyi reklámok szerepe - konkrét példán keresztüli bemutatás
- A direkt marketing hazai fejlődése – egy konkrét vállalat/termék példáján keresztül
- A személyes eladás (PS) kialakulása, fejlődése, jelenlegi helyzete és jelentősége nemzetközi környezetben
- Javaslat egy adott vállalat belső PR- jának kidolgozására
- „Zöldmarketing” szerepe, jelentősége a vállalatok kommunikációs tevékenységében
- Választott nonprofit vállalat/szervezet PR stratégiája
- PR kampány egy hungaricum európai uniós bevezetéséhez
- Szponzorálás és a mecenatúra szerepe a sportban
- A reklám eszközei a kultúra területén (értékközvetítés hirdetések segítségével)
- Hatékony marketingkommunikációs stratégiák az oktatási piac szegmenseiben

III. Fogyasztói magatartás, piackutatás, jog témakörök

- A gyerekek és a média viszonya (esettanulmányok, felmérés, médiatartalom elemzés)
- A pszichológia szerepe a reklámok megtervezésében, azok fogadtatásában
- A mobiltelefon-szolgáltatók marketing és reklám tevékenységének összehasonlítása
- A fiatalok véleményének, fogyasztói elégedettségének, illetve attitűdjeinek vizsgálata konkrét termék, márka viszonylatában
- A reklámetika szerepe a magyar reklámjogi gondolkodásban
- Egy szabadon választott termék magyarországi piaci helyzetének elemzése
- A fogyasztói elégedettség mérésének módszerei
- A társadalmi célú hirdetések és a kereskedelmi reklámok szerepe, jelentősége – konkrét példákon keresztül bemutatása
- Marketingkutatás szerepe adott vállalat marketingdöntéseinek előkészítésében és értékelésében
- Médiatudatosság a fiatalok körében, médiahatás a különböző korosztályokban
- A kulturális különbségek és a reklám (reklám és a kultúra kapcsolata – egy választott termék vonatkozásában)

IV. On-line marketing témakörök

- Az intranet szerepe a vállalkozások belső kommunikációjában
- Az IWIW, mint marketingkommunikációs és közösfőformáló tömegkommunikációs eszköz
- A magyar közösségépítő portálok jövője, továbbfejlődésének lehetőségei
- A web design funkciója a reklámokban portálokon, blogokon keresztül
- A keresőmarketing jelentősége és lehetőségei
- Internet és mobilkommunikáció térhódítása, az alkalmazási területek elemzése
- Az on-line marketing alkalmazásának gyakorlata a fejlett országokban és hazánkban (azonosságok és különbségek, konkrét példákon keresztül)
- Az on-line hirdetés szerepe a marketingkommunikációban
- Bizalom és on-line kommunikáció
- Tartalom és design egyensúlyának szerepe az on-line marketingben

2. A záródolgozat tartalmi követelményei

A hallgatóknak a záródolgozatot az alábbi tartalmi, szerkesztési, terjedelmi előírások figyelembevételével kell összeállítaniuk:

A záródolgozat felépítése

A dolgozatnak a szokásos *hármas* felépítést kell követnie

Bevezető rész: a témaválasztás indoklása, a megoldásra váró probléma, feladatok ismertetése

Téma kifejtése: a probléma és tágabb összefüggésrendszerének bemutatása
a probléma részletezése
alternatíva felvetése
megoldási javaslatok

Befejező, záró gondolatok: a kutatás eredményeinek összefoglalása (önálló vélemény, javaslattétel)

A dolgozatnak részletes tartalomjegyzéket, felhasznált irodalomjegyzéket, a témától függően mellékleteket *kell* tartalmaznia!

3. A záródolgozat formai követelményei

A záródolgozat formai követelményeit a képzőintézmények maguk határozzák meg /kötés, borítófelirat, fedőlap, példányszám, címlap, tartalomjegyzék, előszó, jegyzetek, mellékletek, felhasznált irodalom, zárólap stb./.

A dolgozat paraméterei

Terjedelem:	A záródolgozat terjedelme és a leadási határideje a Szakmai és vizsgakövetelmény V. fejezet 1. pontja „A képzési programban előírt terjedelemben és határidőre elkészített szakdolgozat leadása” szerint.
Sortávolság	1,5
Betűnagyság és típus	12-es, Times New Roman, Courier New
Oldalanként	1800 leütés (karakter)
Margó	balról 4 cm, jobbról 2,54 cm
Oldalszámozás	Arab számokkal történik. A záródolgozatban első oldalként szereplő tartalomjegyzéktől kezdve, folyamatosan végezzük. Az oldalszámok a lap jobb alsó sarkába kerüljenek.

Amennyiben a záródolgozat – mellékletek nélküli – terjedelme nem éri el a minimális terjedelmi követelményt, illetve nem felel meg a formai követelményeknek, elfogadhatatlan, vissza kell adni átdolgozásra.

C

Vizsgarészhez rendelt követelménymodul azonosítója, megnevezése:
2666-06 Reklámszervező szakmenedzser tevékenysége
Vizsgarészhez rendelt vizsgafeladat megnevezése:
3. vizsgafeladat
Záró dolgozat megvédése (prezentáció a dolgozat lényegi elemeinek ismertetésével)

A bíráló főbb szempontjai

- a dolgozatban a címben megjelölt témát kell feldolgozni
- a szerzőnek ismernie és alkalmaznia kell a szakmai kutatási módszereket
- a záródolgozatnak meg kell felelnie a fenti tartalmi és formai követelményeknek

A dolgozattal kapcsolatos feladat a védés során

- a vizsgadolgozat bemutatása (prezentáció a dolgozat lényegi elemeinek ismertetésével)
- reagálás a bíráló megállapításaira
- a feltett kérdések megválaszolása

4. A záródolgozat értékelési szempontjai

- a vizsgadolgozat lényegének szakszerű ismertetése
- a témakörben, annak szakirodalmában való tájékozottság bizonyítása
- a bemutatás, előadás színvonala
- a vitatott probléma kezelésének módja

Vizsgarészhez rendelt követelménymodul azonosítója, megnevezése:
 2666-06 Reklámszervező szakmenedzser tevékenysége
 Vizsgarészhez rendelt vizsgafeladat megnevezése:
 3. vizsgafeladat
 Záró dolgozat megvédése (prezentáció a dolgozat lényegi elemeinek ismertetésével)

ÉRTÉKELÉS 1. oldal	Pontszámok	
	Max.	Elért
Bírálati szempontok		
1. A választott téma aktualitása, jelentősége, a záródolgozat logikai felépítése, szerkezete, arányosság, a témafeldolgozás színvonala:		
– a téma – a képzés során megszerzett tudásanyagra épül – elméleti és/vagy gyakorlati szempontból lényeges kérdést vet fel	5	
– a címben vállalt feladat megoldása	5	
– a téma szakszerű feldolgozása, megfelelő módszertan alkalmazása	5	
– az egyes fejezetek, témakörök, kérdéskörök feldolgozásának aránya, ábrák, illusztrációk alkalmazása	5	
2. Alkalmazott kutatási módszerek		
– alkalmazott módszer megfelelősége	5	
3. Elemzés és eredmények értékelése, ajánlások, végkövetkeztetések		
– összegző megállapítások, következtetések megalapozottsága	3	
– a téma várható eredményessége	3	
– az elemzés szakszerűsége, a javaslatok alátámasztottsága	2	
– a választott témakörhöz kapcsolódó jogszabályok ismerete, alkalmazása	2	
4. Szakirodalmi áttekintés, a hivatkozások szakszerűsége		
– a felhasznált szakirodalom minősége, mennyisége	3	
– a szakirodalomra vonatkozó hivatkozások, forrásjelölés	2	
5. Stílus, nyelvhelyesség, helyesírás		
– a dolgozat stilisztikai, grammatikai megfelelősége	5	
6. A záródolgozat formai elemei, külső megjelenése		
– dolgozat külső megjelenése, formai megoldásai	5	
Záródolgozat készítése összesen	50	
Védés		
1. A záródolgozat lényegének szakszerű ismertetése	10	
2. A témakörben, annak szakirodalmában való tájékozottság bizonyítása	10	
3. A bemutatás színvonala	5	
4. A feltett kérdésekre adott válaszok szakmai megfelelése	5	
Záródolgozat védése összesen	30	

.....
 dátum

.....
 aláírás

C

Vizsgarészhez rendelt követelménymodul azonosítója, megnevezése:
 2666-06 Reklámszervező szakmenedzser tevékenysége
 Vizsgarészhez rendelt vizsgafeladat megnevezése:
 3. vizsgafeladat
 Záró dolgozat megvédése (prezentáció a dolgozat lényegi elemeinek ismertetésével)

ÉRTÉKELÉS			
2. oldal			
Szint	Szakmai készségek a szakmai és vizsgakövetelmény szerint	Max.	Elért
4	Szakmai nyelvű íráskészség, fogalmazás írásban	5	
2	ECDL 6. m. Prezentáció	5	
Szakmai készségek összesen		10	
Egyéb kompetenciák a szakmai és vizsgakövetelmény szerint		Max.	Elért
Személyes	Döntésképeség	2	
	Rugalmasság	1	
Társas	Nyelvhelyesség	1	
	Közérthetőség	2	
	Kommunikációs rugalmasság	1	
Módszer	Logikus gondolkodás	1	
	Helyzetfelismerés	1	
	Kreativitás, ötletgazdagság	1	
Egyéb kompetenciák összesen		10	
Mindösszesen		Max.	Elért
		100	

.....
 dátum

.....
 aláírás

C