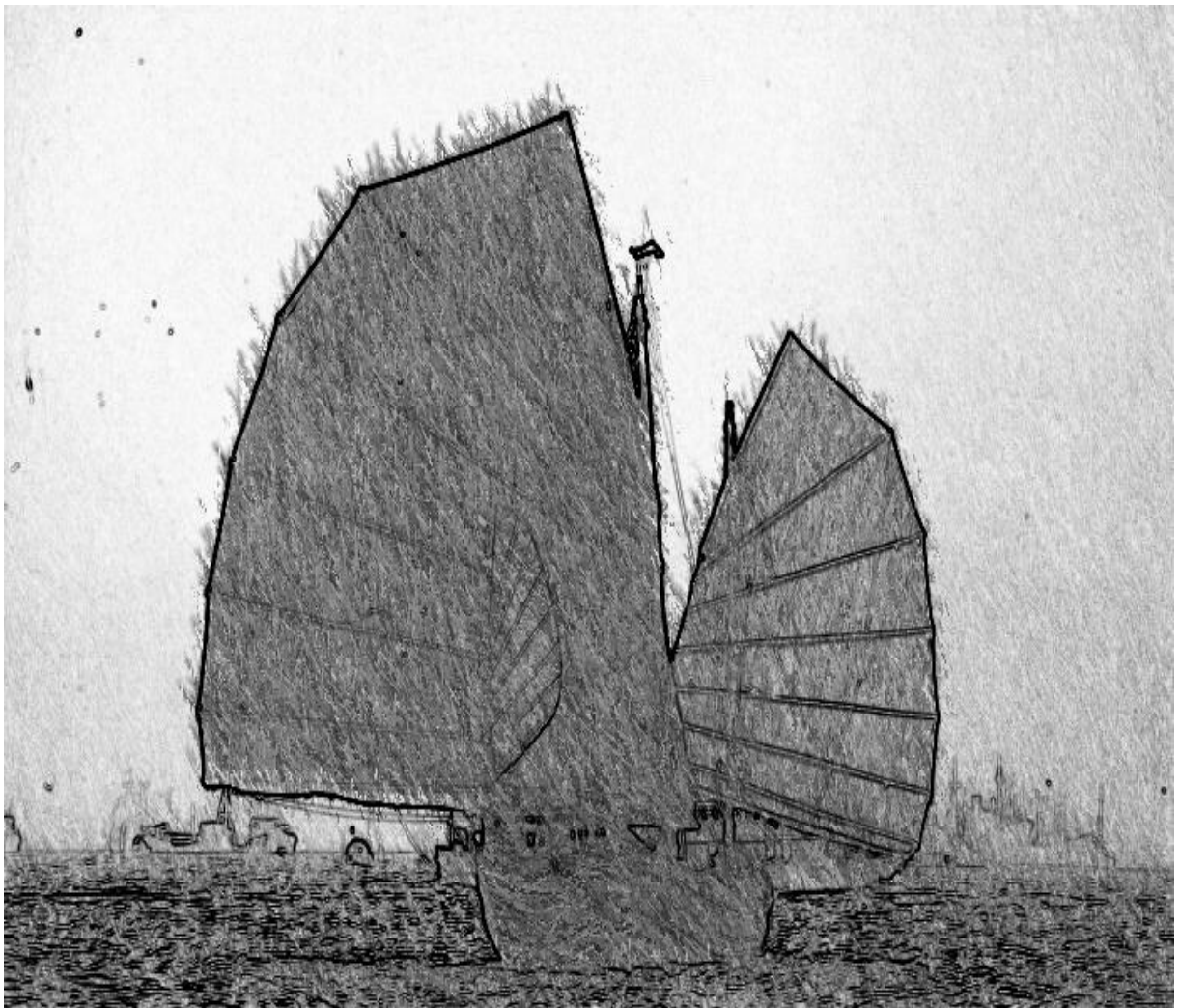


*Dr. Szabó József*

# Médiamarketing

Tanulási útmutató



**PROKT**  
DEBRECEN  
2001.

A projekt támogatója az Európai Unió  
Phare Kísérleti Program Alapja.



# Tartalom

Előszó .....	3
1. Bevezetés .....	5
1.1. A tananyag alapjai .....	5
1.2. A tananyag áttekintése.....	6
1.3. Hogyan tanuljon?.....	9
1.4. A szöveggyűjtemény használata.....	11
2. Feladatok megoldása .....	12
2.1. Elvárások .....	12
2.2. A tananyag tanulási kimenetei.....	13
2.3. A záró dolgozat követelményei .....	14
2.4. Önértékelés .....	15
2.5. Ellenőrző lista.....	16
3. Segítő ábrák bemutatása .....	19
4. Fontos tudnivalók .....	21

# Médiamarketing

## Előszó

Ez a könyv azért készült el, hogy új utat mutasson a profitorientált és a non-profit területen dolgozó szakembereknek, és segítse azokat, akik vállalkozást kívánnak alapítani, működtetni, de nem rendelkeznek az ehhez szükséges szakmai ismeretekkel. Hasznos útmutatást ad azoknak is, akik már rendelkeznek bizonyos szintű ismeretekkel a vállalkozások működéséről és a menedzsmentről, mert a könyv az új információk nyújtásán túl támogatja meglévő tudásuk rendszerezését, és ismereteik mielőbbi gyakorlati alkalmazását is. Ebben a távoktatási tananyagban olyan összefoglalást kívánunk nyújtani, amely eligazítja az Olvasót a vállalkozások és a menedzsment oly sokszor rejtélyes útvesztőiben. A fogalmak pontosításával, egységes rendszer felállításával és a legújabb szakirodalom felhasználásával pontosan azt a tudást nyújtja, amire ma minden területen dolgozó „vállalkozónak” szüksége lehet. A könyv alapján az Olvasó nemcsak érteni fogja a vállalkozás, a menedzsment és a marketing művészetét, hanem képes lesz alkalmazni is a megszerzett tudást.

A hazai menedzsment-szakirodalom számos könyvet tart számon, amelyek a vállalkozói élet indításához és a vállalkozások eredményes működtetéséhez szükséges elméleti és gyakorlati tudnivalókat tartalmazzák. Kevés mű van azonban, amelyekből a non-profit szférában és a médiában dolgozók, azokkal kapcsolatot tartók is elsajátíthatják a legfontosabb marketing és menedzsmentismereteket, amelyek feltétlenül szükségesek a gyakorlati életben. A modern gazdaságban ma már figyelembe kell venni, hogy az üzleti vállalkozások, a non-profit szervezetek és a média között egyre szorosabb kapcsolat kialakítása szükséges, és ezt - saját érdekeinek megfelelően - már mindegyik fél felismerte. Az oktatási csomag elkészítésekor célul tűztük ki, hogy mindkét terület dolgozói számára összefoglaljuk a témakör legfontosabb ismereteit, és rámutassunk az egyes szektorok működésének hasonlóságaira és sajátosságaira is.

Napjainkban elengedhetetlen azoknak az ismereteknek az elsajátítása, amelyek a vállalkozási tevékenységet sikeressé, a környezeti változásokhoz gyorsan alkalmazkodóvá és piacorientálttá teszik. A jövőben a vállalkozásoknak nincsen más lehetőségük a fennmaradásra, mint a jövőorientált szemléletmód alkalmazása, a stratégiai gondolkodásmód követése, a piac

felé fordulás és a pénzügyek gondos tervezése. Erre az üzleti (profitorientált) vállalkozások mellett a non-profit szektorban és a média működési területén is szükség van.

Az elmúlt tíz évben a fejlett nyugati országokban is elkezdődött a piaci szférában szerzett ismeretek hasznosítása a korábban nem piacosítható szolgáltatásokat nyújtó szektorokban. Egyrészt ezek a területek is piacérzékenyebbé válnak, egyre pontosabban behatárolható azoknak a köre, akik igénylik a szolgáltatást és hajlandók fizetni is érte. Meghatározhatók azok az eszközök, amelyek felhasználhatók az igényeknek megfelelő szolgáltatások kialakításában, ezeknek az igénybevevőkhöz történő eljuttatásában, az árképzésben és a kommunikációban. Másrészt a profitorientált területen felhalmozott tapasztalatok egy része – a sajátosságokhoz igazodva - hasznosítható a nem piaci szolgáltatásokat nyújtó szervezeteknél is. Szem előtt kell azonban tartani, hogy az üzleti ismereteket és módszereket csak adaptálni szabad, hiszen a teljes és változatlan átvétel hibás következtetésekhez vezet, mivel ezek alapvetően más szférában alakultak ki. A non-profit vállalkozásoknak és a médiának vannak olyan speciális területei, amelyek esetében további tanulmányozásra, kutatásra van szükség, ahol ma még nem állnak rendelkezésre olyan letisztázott elméleti alapok, amelyek egyértelmű útmutatást adnának az ebben a szférában dolgozóknak.

A tananyagban először a marketing alapokkal ismerkedhetünk meg, ezen belül a fogalmak tisztázására, a vállalkozás lényegének kifejtésére helyezzük a hangsúlyt. Foglalkozunk a menedzser feladataival és azokkal a készségekkel, amelyek sikeresebbé teszik a menedzseri tevékenység végrehajtását. A tananyag második felében részletes tárgyaljuk a marketing szerepét, a marketinggondolkodás kialakulását, a marketingszemlélet lényegét és a marketing eszköztudományát. A fejezetet a marketing szemlélet gyakorlati bevezetésével kapcsolatos feladatok megtárgyalásával zárjuk. Minden fejezetben rámutatunk az egyes szektorok működésének hasonlóságaira és sajátosságaira is.

Az ismeretek elsajátítását és alkalmazását az egyes témakörökhöz kapcsolódó szemelvények és kérdések segítik, amelyek gyakorlati útmutatást adnak a kezdő szakembereknek és a gyakorló vállalkozóknak is. A tananyag használatát még eredményesebbé teszi a feladatok megoldása, amelyek arra ösztönzik az Olvasót, hogy saját vállalkozása, munkahelye vonatkozásában is hasznosítani tudja a megszerzett ismereteit.

# 1. Bevezetés

## 1.1. A tananyag alapjai

Ez a tanegység lehetőséget nyújt Önnek ahhoz, hogy a médiamarketing belső szerkezetében és gyakorlatában olyan területekről szerezzon mélyebb ismereteket, amelyek közvetlenül kapcsolódnak a szélesebb gazdasági és társadalmi egységekhez. A tananyag feldolgozása keretében lehetősége nyílik arra, hogy kritikusan tekintse át saját eddigi munkáját ezen a témakörön belül, valamint ennek alapján fontos következtetéseket vonjon le a helyi társadalommal, a helyi és országos médiával és a politikai megközelítésekkel kapcsolatosan. A tanegység keretében részletes információkat kap a marketing szemléletmódjáról, a média és a marketing összefüggéseinek hazai és nemzetközi gyakorlatáról.

A tananyag lezárásaként az elvárások a következők:

A tanulmányok befejeztével Önnek képesnek kell lennie arra, hogy

- megállapítsa azokat a tényezőket, amelyek hatással lehetnek a média egyes programjaira
- kritikusan értékelje a hasonló problémakörökre koncentrálnó programok rejtett információit
- elemezze a marketing egészéhez kapcsolódó elemeket.

A tananyag végén Önnek egy esszét, összefoglaló elemzést kell készítenie olyan programról, amely szorosan kapcsolódik a média és a marketing valamely közös területéhez, és ehhez feltétlenül szükséges a konkrét szervezet vagy projekt azonosítása is.

## 1.2. A tananyag áttekintése

Ezt a két kreditet érő tanegységet a hallgatók két csoportja választhatja.

- Amennyiben az Ön specializációja a médiára vagy a marketingre vonatkozik, akkor várhatóan képes lesz saját eddigi ismereteit és gyakorlati tapasztalatait összevetni más elképzelésekkel, és ez alapján a szükséges konzekvenciákat is le tudja majd vonni.
- Amennyiben Ön nem erre a területre specializálódott, akkor várhatóan képes lesz a következő fejezetek információinak felhasználásával saját elgondolást és gyakorlati elképzelést kialakítani.

Mindkét esetben úgy gondoljuk, hogy ez a tananyag segítséget nyújt a kritikus elemzéshez a marketing rendszerek szélesebb területein is. Képessé válik arra, hogy fontolóra vegye a 21. századra felmerülő újabb és újabb kihívásokat, valamint az ezekre adható válaszokat. A legtöbb média szakember szakaszos képzés eredményeként válik igazi szakemberré, a média és a marketing ismerőjévé, specialistává, trénerre vagy animátorrá. Ezeknek a szakembereknek a többsége csak csekély ismeretekkel rendelkezik a tágabb összefüggésekről. Ennek a tananyagnak a keretében szélesebb rálátást kívánunk nyújtani a média és a marketing különböző kapcsolódási lehetőségeire, valamint a működés különböző területein fellelhető sajátosságokra.

Az első fontos kérdéskör a marketingre vonatkozik. A marketing jelenleg érvényes szélesebb körű definíciója magában foglalja a mind a vállalkozások, mind a társadalom lehetőségeit, feladatait. Szűkebb értelmezésben a marketing definícióját elsősorban a vállalkozások kommunikációs folyamataira használják. A tananyag feldolgozása során a két közelítési mód közül a szélesebb értelmezést követjük, és az egyes fejezeteknél fogunk részletesebben is kitérni arra, hogy az adott helyen a szűkebb értelmezést mennyiben tekintjük érvényesnek.

Az első fejezetben tisztázzuk az alapfogalmakat, vizsgáljuk a marketing szélesebb összefüggéseit. A 2. fejezet a marketing alapfogalmait mutatja be, a 3. fejezet a marketing információs rendszerére tér ki. A 4. fejezet a célpiaci marketinget mutatja be, az 5. fejezet mutatja be a fogyasztói döntés folyamatát. A 6. fejezet elemzi a marketing-mixet, a 7. fejezet pedig a promóciót részletezi. A 8. fejezetből ismerheti meg a médiakommunikációt részletesebben, a 9. fejezetből a marketingmenedzsment folyamatát sajátíthatja el. Munkáját esettanulmányok, speciális feladatok segítik.

A tananyag végén található a záró feladat, amely egy esszé és egy riport készítése olyan szervezetről vagy vállalkozásról, amely ezen a területen dolgozik, és működésének bemutatása példa értékű lehet hasonló vállalkozások, szervezetek számára is. Amennyiben Ön nem ilyen területen dolgozik, keresnie kell egy olyan létező céget, médiát amelyről záró munkáját el tudja készíteni. A vállalkozás vagy a szervezet munkatársaival beszélgetve lehetősége nyílik arra, hogy saját maga tárja fel azokat az összefüggéseket, amelyek fennállnak a média és a marketing között. Javasoljuk, hogy fussa át a tananyagot, és az iránymutatások, valamint az egyes témakörök alapján válassza ki az Ön számára legjobbnak ígérkező projekt témát.

Ne feledkezzen meg arról, hogy a kurzus teljesítéséhez, a záró anyag megírásához Önnek a hatályos törvényekről, előírásokról a lehető legtöbb információt kell összegyűjtenie. A sikeres munka érdekében gyűjtsön össze minden feljegyzést, szóróanyagot, kurzusok leírásait, stb. Ez alapján többek között a későbbi munkáját is segítő általános képet kaphat a helyi környezet, a helyi média információbázisáról, a fontosabb, az általános működést befolyásoló intézkedésekről.

## **Megjegyzések**

Ennek a tananyagnak a keretében olyan ismereteket szerezhethet, amelyek újak az Ön számára, illetve eddigi ismereteit segítik rendezni, a szélesebb kapcsolódási lehetőségeket is feltárva. Ezért fontos, hogy az esettanulmányokat figyelmesen olvassa el, a segítő kérdések és feladatok, megjegyzések alapján dolgozza is fel az adott témát. A tanulás során ne feledkezzen meg néhány kulcskérdésről, mint pl.:

- A felvázolt téma és anyagrész hogyan kapcsolódik az eddigi ismereteihez és gyakorlati munkájához?
- Az egyes esettanulmányok alapján milyen következtetéseket tud levonni a saját későbbi tevékenységeivel kapcsolatban?
- Melyek azok az elemek, amelyeket át tud venni vagy adaptálhat?
- Milyen eredményeket tud elérni a teljes anyag feldolgozása után?

## **A tananyag zárásával kapcsolatos követelmények**

Ennek a résznek a feldolgozása után Önnek képesnek kell lennie arra, hogy:

- értékelje a média és a marketing vitás kérdéseit és irányvonalait, különös tekintettel a társadalmi környezettel és a vállalkozásokkal kapcsolatosan
- elemezze a hasonló programok háttérét és tervezési lehetőségeit
- megvizsgálja hasonló média programok fejlesztésének lehetőségeit szélesebb társadalmi összefüggések keretében
- összehasonlítsa a különböző szakterületeknek a témához kapcsolódó média és marketing rendszereit és gyakorlatát
- kitérjen azokra a tényezőkre, amelyek befolyásolják a különböző területek között az elméleti ismeretek és a gyakorlati tapasztalatok információinak áramlását.

## **Ajánlott irodalom**

Gulyás, P. – Láng, E. – Víz, I: Természeti, Környezeti nevelés mint a nevelés megújításának lehetősége. TKTE, Budapest, 1993

Palmer – Neal: A környezeti nevelés kézikönyve. Körlánc, Budapest, 1998

A környezeti nevelés megtervezése Európában. FKI – KTM, Budapest, 1997

Nagy, M.: Szempontok a környezeti neveléshez. Pécs, 1996

Szöllősi, E.: Környezetvédelem és társadalom. SzenA, Szeged, 1997



### **1.3. Hogyan tanuljon?**

A tananyag elsajátításához Önnek szüksége lesz

- a tanulási segédletre
- a szöveggyűjteményre, amely az esettanulmányokat tartalmazza
- az ajánlott irodalom egy részére

#### **Időbeosztás**

A sikeres tanulás érdekében vegye figyelembe a távoktatással kapcsolatos általános időbeosztási útmutatót.

Ne feledkezzen el arról, hogy viszonylag rövid idő áll rendelkezésére a záró projekt elkészítéséhez. Ezért javasoljuk, hogy már a tanulás első három hetében válassza ki azt a témakört, amelyről a dolgozatát készíteni fogja. Ehhez szükség szerint vegye igénybe a tutor segítségét is. Az egész tananyag áttekintése után hagyjon időt arra is, hogy elemezni tudja, milyen módon függnek össze a leírtak a más területen tanultakkal, mivel ez segíti, hogy a környezeti nevelésről és a fejlesztésről átfogó ismeretekkel rendelkezzen.

#### **Záró feladat**

Ennek a tárgynak a teljesítéséhez rövid esszét és riportot, média anyagot kell írnia a megadott információk alapján 10-15000 karakter terjedelemben. Javasoljuk, hogy munkáját számítógépen, szövegszerkesztővel készítse el. Dolgozatát a tartalom, a tananyaghoz és a képzéshez való illeszkedés, a stílus és a formai megjelenés alapján értékeljük. A sikeres teljesítéshez legalább 50%-os eredményt kell elérnie. Amennyiben ez nem sikerül, egyszer nyílik lehetősége az ismétlésre. A sikeres munka érdekében szükség szerint vegye igénybe titora segítségét.

Dolgozatát nyomtatott formában, összetűzve, de nem bekötve illetve nem spirálózva kell beadnia.

## **További feladatok**

Vegye figyelembe, hogy a záró feladat elkészítéséhez nagyon sok információt kell gyűjtenie a szervezetek működéséről, a törvényi szabályozásról, a helyi szokásokról, a társadalmi környezetről, valamint a gyakorlati munkáról.

A tananyag elsajátítása során elemeznie kell saját korábbi hasonló tevékenységét vizsgálva az eltéréseket. Össze kell hasonlítani a gyakorlatot és a meglévő információkat többek között a jelenlegi média és marketing tevékenységre és annak fejlesztésére vonatkozóan. El kell készítenie az esettanulmányok feldolgozását, esetleg kritikáját. Részletesen elemeznie kell a kulcsterületek elméleti összefüggéseit.

Munkája értékeléséhez a fenti feladatok közül legalább egynek a vázlatát, rövid leírását dolgozatához mellékelnie kell. Ezt nem szükséges szövegszerkesztővel készíteni, de amennyiben erre módja van, szívesen vesszük a szerkesztett formát is. Ennek a feladatrésznek a célja, hogy lássuk, hogyan készíti elő a záró dolgozatát, milyen módszereket használ a sikeres munka érdekében.

## **Segítségek**

Most is figyelmeztetjük, ha valahol elakad, ne egyedül próbáljon rágódni a problémán. Vegye igénybe a tutor segítségét, konzultáljon csoporttársaival, látogasson el olyan helyekre, ahol média kapcsolatokkal, intenzív marketing munkával, promócióval foglalkoznak.

#### **1.4. A szöveggyűjtemény használata**

A szöveggyűjtemény mindig adott területhez tartozó esettanulmányokat, cikkeket mutat be. Ez segíti a téma megértését, az összefüggések feltárását és a gyakorlati hasznosítást. A tananyag mindig tartalmazza, hogy melyik esettanulmányt, cikket kell elolvasni a további munka érdekében. Amikor a jelzést látja, keresse ki a szöveggyűjteményből a megfelelő esettanulmányt, cikket, és olvassa át. Addig folytassa az eset feldolgozását (akár többszöri átolvasással is), amíg a kérdésekre válaszolni tud, illetve a feladatokat képes lesz megoldani. Ezt követően térjen vissza a tananyaghoz, folytassa a tanulást. Amennyiben valamelyik esettanulmánnyal, cikkel nem boldogul, vegye fel a kapcsolatot a tanulást segítő szakemberrel, ttorral.

## **2. Feladatok megoldása**

### **2.1. Elvárások**

A tananyagot két dolgozat leadásával teljesítheti:

- Készítenie kell egy 1500-2000 szavas dolgozatot a marketing alapjai témakörből.
- Készítenie kell egy 1500-2000 szavas dolgozatot a média témakörből.

A feladatgyűjtemény felhasználásával

Amennyiben akarja, vizsgálhatja egy adott téma adaptálásának lehetőségeit, vagy választhat saját gyakorlatához, érdeklődési köréhez szorosan kapcsolódó területről is témát. A választását előzőleg a tanegység tutorával kell egyeztetnie, és meg kell felelnie a tanulási kimenetben megfogalmazottaknak.

Mindig tartsa szem előtt a feladat terjedelmét, lehetőség szerint ne lépje túl a megadott limitet.

Szükséges, hogy mindegyik dolgozathoz készítse el az önértékelő lapot.

Az elkészített két munkának egy-egy példányát adja be az intézménynek A4 méretben szerkesztve, nyomtatva. A dolgozatok nem kerülnek hagyományos módon értékelésre, tutora fog részletes visszacsatolást adni, amely segítséget nyújthat további munkájában. Saját céljai mutatják meg, hogy munkája hogyan alakulhat a tananyag feldolgozása során, és hogyan készülhet el sikeresen a záró dolgozat.

Dolgozatából három példányt készítsen, a beküldött példány mellett saját kényelme érdekében otthon is fűzzön le egyet, és tutorának is juttasson el egy másikat.

## **2.2. A tananyag tanulási kimenetei**

Ennek a tananyagnak a befejezése után Önnek képesnek kell lennie arra, hogy

- meghatározza azokat a tényezőket, amelyek fontosak a különböző marketing programok felépítésében
- kritikusan értékelje ezeknek a programoknak a rejtett üzeneteit
- elemezze a marketing és a média összefüggéseit.

### ***2.2.1 A tananyag tanulási kimenetei***

- Értékelje a jelenlegi vitákat és irányzatokat a média és a marketing kölcsönös összefüggésein belül, különösen a környezeti nevelés és fejlesztés vonatkozásában.
- Elemezze a média és a marketing programok tervezésének és fejlesztésének a racionális hátterét.
- Fontolja meg szélesebb társadalmi kontextusban ezeknek a média és marketing programoknak a fejlesztési lehetőségeit.
- Vesse össze a fejlett országok és a fejlődő országok média és marketing példáit az egyes programokban.
- Fontolja meg az elméletek és a gyakorlatok átvitelét, adaptálhatóságát a különböző szektorok és régiók között.

### **2.3. A záró dolgozat követelményei**

Tartsa szem előtt az alábbiakat, mielőtt hozzákezdene a záró dolgozatához.

#### ***Tartalom***

- Meghatározta a legfontosabb tanulási kimeneteket?
- Megválaszolta és rögzítette a legfontosabb kérdéseket?
- Meghatározta az érdeemi, lényeges, releváns ismereteket és információkat? Elég széles ismereti bázis áll rendelkezésére? Felhasználta a legfontosabb megadott irodalmakat?
- Egyértelműen meghatározta a téziseket a feladatához?
- Sikerült kritikus szemszögből megértenie az elméleteket, témákat, problémákat és kérdéseket? Az eddigi tapasztalatai megfelelően demonstrálják a kritikus elméleteket? Mennyiben alapulnak ezek a kritikai nézetek evidenciákon?
- Képesek a tanulók azonosítani a megfelelő körülményeket az elméletek alkalmazásához? Adottak a fennálló problémák megoldásai? Képes összegezni az egymástól elkülönült optimális megoldásokat? Képes tudatosítani az adott megoldások korlátait?
- Képes alkalmazni a használt elméleteket, koncepciókat, elveket, módszereket a marketing és a média területén belül?
- Elgondolásai közül melyek tekinthetők alapvetően újnak, és ezek milyen összefüggésben állnak a meglévő elgondolásokkal?

## ***Folyamat***

- Felhasználta az evidenciákat az érvek, az ismeretek összegzésére, alkalmazott feljegyzéseket, megismerte a szakirodalmat?
- Az érvei tisztán végigkövethetők a dolgozata rendszerében? A konklúzió tiszta és érvekkel jól alátámasztott? Az érvek jól fókuszáltak, egymásra épülnek és megfelelnek a téma szempontjából?
- Dolgozata stílusa, precíz, tiszta, egyértelmű? Elvégezte a helyesírási és a nyelvtani ellenőrzést? Dolgozatának szintje megfelel a posztgraduális képzés színvonalának?
- A szöveg hosszúsága megfelel az elvárásoknak?
- Kinézetében, szerkesztésében és teljes megjelenésében a dolgozat formája megfelel az egyetemen elvárt esszének vagy riportnak?

Dolgozatát gyengébbnek minősíthetik a nem megfelelő szerkesztés, kinézet, vagy a fentiekben megadottaktól való eltérések esetén. Amennyiben dolgozata hosszabb a megadott maximumnál, a javító tanár esetleg nem minősíti.

## **2.4. Önértékelés**

Mielőtt postázná a kész dolgozatát, meg kell írnia az önértékelést. Ennek tartalmaznia kell

- A tananyag tutorának jóváhagyásával az anyag újratárgyalásainak részleteit (amennyiben elfogadták).
- Azoknak a tanulási kimenetek részleteit, amelyek a dolgozatában megjelennek.

Az önellenőrző feladatok célja, hogy áttekintse saját maga a tanulási folyamatot, a saját ismereteinek változását, a megszerzett tudás hasznosíthatóságát. Az önértékelő lap mellé célszerű, ha előmeneteli jelentést is készít, amelyben leírja a tanulási folyamat eredményességét (esetleg eredménytelenségét), hasznosíthatóságát a saját gyakorlatában. Ne feledje, hogy az önértékelő lap megküldésével nem csak saját munkáját értékeli, hanem segítséget nyújt a tananyag további fejlesztéséhez.

Összegzésként elmondhatjuk, hogy lehetőség nyílik a tárgyilagosság, a kritika és az elfogadás fejlesztésére, saját erősségeinek és gyengeségeinek felismerésére és ezeken keresztül saját előadókészségének fejlesztésére. Az eredmények azt mutatják, hogy azok a tanulók, akik az önértékelési folyamatban részt vettek, határozottan jobbak lettek a különféle megnyilvánulások, előadások terén.

## **2.5. Ellenőrző lista**

### ***Mielőtt megtervezné dolgozatát***

- A tanulást segítő munkafüzet alapján ellenőrizze ismét az írott esszéhez és riporthoz adott tanácsokat.
- Figyelmesen olvassa el a feladatot, szükség szerint értelmezze társaival, tutorával.

### ***Mielőtt elkezdené írni a dolgozatát***

- Vázzon fel megfelelő tervet, szükség szerint beszélje meg tutorával, aki megjegyzésekkel segítheti munkáját.



***Mielőtt feladná dolgozatát, ügyeljen az alábbiakra:***

- A tartalomnak megfelelő bevezetést készített?
- Dolgozata megfelelően strukturált, szerkezeti szempontból is elkülönülnek a logikailag eltérő részek?
- Megfelelő végkövetkeztetést vont le, amely összefoglaló, és megoldást ad a felvetett problémára?
- Gondoskodott arról, hogy állításaihoz az evidenciákat felhasználja?
- Saját feltételezései és elgondolásai tisztázottak?
- Az irodalomjegyzék egyértelmű, megfelel az előírásoknak?
- Átolvasta a kurzus tananyagát és a szöveggyűjteményt? Az irodalmat és az ajánlott irodalmat átolvasta, feldolgozta és felhasználta?
- Stílusa tiszta és megfelelően direkt, a célra irányuló? (Dolgozatát lehetőség szerint egyes szám első személyben írja!)
- Ellenőrizte a szerkezeti felépítést, a helyesírást, a fejezeteknek a beosztását?
- Az anyagát gépelve, megfelelő kinézetben készítette, ügyelt a margókra, a fejlécre, a láblécre, a sorközre, a fejezetek térközére, a sorkiegyenlítésre?

### *Ne tegye*

Ne kezdjen rögtön írni abban a reményben, hogy elég a feladat előírásainak formailag eleget tenni.

### *Végezze el*

Kérje meg barátait vagy kollégáit, hogy olvassák át dolgozatát, mondjanak véleményt a szerkezetéről és stílusáról.

### 3. Segítő ábrák bemutatása

*Figyelmeztetés*



*Modul olvasókönyv:*



*Ajánlott irodalom:*



*Olvasmányhoz kapcsolódó kérdések:*



*Feladatok:*



*Kötelező feladatok:*

77

*Választható feladatok:*

7

Bevezetés







figyelem felhívás:



Olvassa el figyelmesen (fontos részlet a szövegben, amelyhez kérdés kapcsolódik):

+

Előre utalás 	Visszaulalás 
Elszomorító tények 	Használja az internetet! 

Összefoglalás

$\Sigma$

## 4. Fontos tudnivalók



Ebben a modulban tíz fejezet található. Minden modul tartalmaz megtanulandó anyagot, amit el kell sajátítani és kiegészítő ismereteket, amelyek a megértést, vagy a részletesebb elmélyülést nyújtják. A tananyag és az olvasmányok kölcsönösen szolgálják a megértést és az elmélyülést, tartalmilag egymásra épülnek

Javasoljuk a tanulás helyes időbeosztását, hogy maradjon idő az egyes fejezetek közötti összefüggések felismerésére, ha lehet, ne halassza a tanulást az utolsó időszakra, ill. a ráfordított időt ne legyen túlzottan széthúzott.

Ahhoz, hogy eredményesen tudjon részt venni a modul hétféle konzultációján, szükséges a modul tanulásának időbeni elkezdése a szükséges fejezetek feldolgozására, önellenőrzésre.

A helyes időbeosztást a *Tananyagismertető és előkészítő anyag* tartalmazza. Bármilyen idővel, tananyaggal kapcsolatos probléma esetén lépjen kapcsolatba a csoportfelelőssel vagy a szakmai konzulenssel.

### a. Az olvasókönyvek

*Modul olvasókönyv:*



A modulhoz tartozó olvasókönyv, válogatott cikkek gyűjteménye más szerzők munkáiból, amelyek más úton nehezen lennének hozzáférhetőek és beszerezhetőek. Szakmai színvonalukban és szintjükben, ill. stílusukban egészen különbözőek lehetnek. Ezeket a

szövegeket elolvasásra és elemzésre javasoljuk. Elolvasásuk nélkül a korábban említett eredmények nem elérhetőek.

*Ajánlott irodalom:*

}

Olyan könyvek, szövegek, amelyek hasznosak lehetnek a téma részletesebb megismerésében, ill. a dolgozat megírásához, valamint a szóbeli beszámolóhoz nyújtanak segítséget.

## **b. Egyéb tevékenység**

### *Írásbeli dolgozat:*

Ehhez a modulhoz egy összesen 2500-3000 szavas írásbeli dolgozatot kell írni. A lehetséges témákat a tankönyv végén megadjuk. Ha kívánja, a ttorral egyeztetve más kapcsolódó témát is választhat, amely közelebb van a tevékenységéhez, vagy az érdeklődéséhez. Minden alkalommal végezze el a szószám ellenőrzést, és maradjon a megadott határértéken belül.

### *Hallgatói vélemény:*

Tekintettel arra, hogy egy kísérleti anyagot tart a kezében, melynek végleges változata a 8. Modul megjelenése és az észrevételek beépítése alapján fog megszületni, minden hasznos észrevételt örömmel fogadunk.

### *Feladatok:*

**?!**

A tankönyvben számos helyen található kötelező és választható feladatok leírása. Próbálja mindegyiket értelmezni először, hogy mi a konkrét feladat.

### *Olvasmányhoz kapcsolódó kérdések:*

**?**

Segíti az elolvasást, biztosítva a kulcskérdések megtalálását. A tanulási folyamathoz nyújtanak segítséget.

*Kötelező feladatok:*

77

Nagyon fontos tartalomra vagy elméletre vonatkoznak és segítenek a lényegre való koncentrációban, feltétlenül javasoljuk ezek elvégzését.

*Választható feladatok:*

7

Általában hosszabbak és gyakran a gyakorlathoz kapcsolódnak. Érdemes azt választani, amelyeket a dolgozatába be lehet építeni. Próbálja meg, minden választható tevékenységet teljesíteni, és ahogy lehet, válaszoljon a kérdésekre.

*Időbeosztás:*

A munkastílusától, és a korábbi ismereteitől függ. Javasoljuk, hogy 5-20 percet szánjon a legtöbb tevékenységre. "Hosszú" tevékenységek a 20-60 percig, vagy hosszabb ideig tartó folyamatos tevékenységek.

*Az írásbeli dolgozat, feladat elküldése:*

Küldjön el az írásbeli dolgozattal együtt két elvégzett feladatot (1-2 oldal A 4-es lapon, ne többet). Eltérően a dolgozattól ezeket nem kell mindig gépelni, ill. szerkeszteni, de lényeges, hogy olvashatóak legyenek. Ezek nem lesznek osztályozva, vagy formálisan értékelve, de a szakmai konzulensnek háttér- információt nyújtanak a további segítség nyújtásához, mivel célszerű megismernie, hogy hogyan dolgozta fel a modul anyagát.



*Tervezés:*

Amint a Tanfolyamismertető és felkészítő anyagban is szerepel, 25-30 órát érdemes hagyni az írásbeli dolgozatra.

*Konzultációs lehetőségek:*

Ha problémákba ütközik, ne próbálkozzon egyedül megoldani azokat.

Segítségére van a

- szakmai konzulens
- más hallgatók
- a csoportfelelős.