

Óbudai Egyetem Alba Regia Kar		2025/26. tanév 2. félév	
Tantárgy neve és Neptun kódja: <i>SPORTMÉDIA AMXSM2SMNF</i>			
Kreditérték: 5			
Nappali tagozat: 2025-26. tanév tavaszi félév			
Szakok, melyeken a tárgyat oktatják: Sportközgazdász MSc			
A tantárgy oktatója: Dr. Máté Tünde			
Előtanulmányi feltételek (előfeltétel tárgy neve és Neptun kódja): -			
Heti óraszámok:	Előadás: 2	Tantermi gyak.: 2	Laborgyakorlat:
Számonkérés módja (vizsga/évközi jegy): Évközi jegy			
A tananyag			
Oktatási cél: A sportvállalkozások, sportszervezetek médiával való együttműködése során felmerülő alapkérdésekkel való megismerkedés, az elméleti és gyakorlati tudás elsajátítása. A sport és a média több ponton és funkcióban kapcsolódik egymáshoz, a tantárgy célja, hogy a hallgatók ezen kapcsolódások esetében képesek legyenek sporttal kapcsolatos tartalmakat előállítani, értelmezni és elemezni. A tantárgy keretében a hallgatók tudatos médiafogyasztóvá és felelős tartalomgyártóvá válnak.			
Tematika:			
Témakör			Óraszám
Előadások/Gyakorlatok:			
1. alkalom Sportmédiá sportgazdasági megközelítése, közvetítési piac			2+2, 2+2
2. alkalom Nemzetközi sportrendezvények közvetítése			2+2, 2+2
3. alkalom A sportmédiá stratégia			2+2, 2+2
4. alkalom A sportmédiá területei 1: online felületek			2+2, 2+2
5. alkalom A sportmédiá területei 2: televízió és rádió			2+2, 2+2
6. alkalom A sportmédiá területei 3: nyomtatott sajtó			2+2, 2+2
7. alkalom Kurzusértékelés			2+2, 2+2
Félévközi követelmények			
AZ ELŐADÁSOK LÁTOGATÁSA KÖTELEZŐ!			
Az értékelés módja (aláírás, gyakorlatijegy megszerzésének módja, vizsga típusa, pótlás módja):			
Gyakorlati jegyes tárgy – 100 pontos rendszerben:			
Hírösszefoglaló készítése: 10 pont			
Sportműsor elemzés: 20 pont			
Médiastratégia készítése: 25 pont			
Tartalomkészítés: 3*15 = 45 pont			
A pótlás módja: Aláíráspótló vizsga.			
Aláírás feltétele: A feladatok 60%-os teljesítés és az órán való aktív részvétel.			

Szakirodalom (A 2-3 legfontosabb kötelező irodalom, 1-2 további ajánlott szakirodalom weboldal felsorolása bibliográfiai adatokkal, online elérhetőség esetén linkkel (szerző, cím, kiadás adatai, (esetleg oldalak), ISBN))	
Kötelező:	Deveci, A., Şanverdi, M., & Bezgin, A. (2023). The power of sports media: The influential role played by sports media in the rise of sports and the prominence of athletes. <i>European Journal of Physical Education and Sport</i>, 11(1), 15–30. https://doi.org/10.13187/ejpe.2023.1.15 Zheng, J., & Mason, D. S. (2022). New media, digitalization, and the evolution of the professional sport industry. <i>Frontiers in Sports and Active Living</i>, 4. https://doi.org/10.3389/fspor.2022.921329

	Gálik, M. & Urbán, Á (2014). Médiagazdaságtan Akadémiai Kiadó 2014 Fehér, K. (szerk., 2017). Digitalizáció és új média – 2.1. A média technológiai beágyazottsága. In Digitalizáció és új média: Trendek, stratégiák, illusztrációk
	Deloitte: Money League aktuális kiadásai Global Sports Media Consumption Report IOC Marketing Report IOC Marketing Fact File IOC Marketing Media Guide
Ajánlott:	Amanullah, K. R. (2024). Digital game-changer: Social media's impact on global sports engagement and monetization. Researchers World – International Refereed Social Sciences Journal, 15(2), 23–27. Horváth, D., Nyirő, N., & Csordás, T. (szerk.). (2016). Médium, média, médiák – avagy média a köznyelvben. In Médiaismeret: Reklámeszközök és reklámhordozók.