|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **A tantárgy megnevezése:**  *Marketingkommunikáció és PR eszközök* | **Kód:**  *NBP\_MI818G4* | **Kreditszám:**  *4* |
| **A tantárgyért felelős szervezeti egység:**  *EKF Médiainformatika Intézet* | **A kurzus jellege**:  *gyakorlat* | **Kontaktóraszám:**  *0/4* |
| **Előfeltételek:**  *-* | **Az értékelés formája**:  *gyakorlati jegy* |  |
| **Tantárgyleírás:**  ***A tantárgy tanításának alapelvei és céljai:***   * A tantárgy keretében a hallgató elsajátítja a kapcsolat-menedzsment korszerű elméleti és gyakorlati ismereteit, és ennek birtokában képes lesz a szervezeti, intézményi PR feladatok tervezésére, végrehajtására és ellenőrzésére. Ismereteket szerez a modern kommunikációs technológiák alkalmazásában, PR produkciókban való közreműködésben. A hallgató jártasságot szerez PR-kampányok és rendezvények szervezésében, belső és külső arculat alakításában.   ***Fejlesztendő kompetenciaterületek:***  *Szakmai tudás*:   * Ismeri a marketingkommunikáció jelenség összetevőit, típusait és modelljeit. Ismeretei birtokában alkalmazni tudja az marketin lehetőségek kialakításának módozatait. * Ismeri a PR tevékenységének felépítési rendszerét. * Ismeri a tömegkommunikáció hatását, és ennek birtokában törekszik a globális szemléletmód, a nemzeti és európai identitástudat kialakítására, továbbá a tanulókat önálló véleményalkotásra ösztönzi.   *Szakmai képességek:*   * Képes a PR tevékenység megszervezésére, célorientált használatára. * Képes a tömegkommunikáció lehetőségeit az információs társadalomban eligazodni tudó kritikus gondolkodásmóddal használni. * Képes egy összetett arculatértékelési tervezet elkészítésére.   *Szakmai szerepvállalás és elkötelezettség:*   * A piacon hozzáférhető oktatási és egyéb tanulókat célzó segédanyagokhoz az információs társadalomban eligazodni tudó kritikus gondolkodásmóddal és alkotó módon viszonyul. * A rendelkezésre álló anyagokat marketing eszközök alkalmazásával képes az iskola helyi tantervéhez és a saját tantárgyi programjához igazítani.   ***A tantárgy főbb tematikai csomópontjai:***   * A marketingkommunikáció fogalomrendszere. A PR fogalma, kialakulásának története. A PR tevékenység célrendszere, tartalma, követelményei; szervezeti és személyi feltételei. Az imázs fogalma. * A PR személyes – csoportkommunikációs eszközei, és módszerei.A tömegkommunikáció és publicitás. A nyomtatott tömegkommunikációs eszközök és módszerek. Médiakapcsolatok. * Az elektronikus tömegkommunikációs eszközök és módszerek. Az infokommunikációs eszközök alkalmazása a PR gyakorlatában. A PR tevékenység általános és gyakorlati munkafolyamatának tervezése.   ***Követelmények, a tanegység teljesítésének feltételei:***   * Közösségi könyvjelző, és tartalommegosztás, zárthelyi dolgozat. Egy arculatértékelési tervezet elkészítése a gyakorlati feladat.   ***Munkaformák:***   * gyakorlat, online csoportmunka, projekt, egyéni gyűjtés. | | |
| ***Kötelező irodalom:***   1. Nyárády Gáborné - Szeles Péter: Public Relations I-II. (Perfekt Kiadó, 2004) 2. PELEJTEI Tibor: *Public relations: A kommunikáció szervezésének gyakorlati kézikönyve és kiegészítő szakismeretei: Intézmények, nonprofit szervezetek és vállalkozások kapcsolatai a közönséggel.* Bp.: KIK, 1996 3. SZELES P.: *Public Relatios a gyakorlatban*. Geomédia szakkönyvek. Budapest 1999. 4. FORGÓ S.: *Kommunikációelmélet – üzleti kommunikáció*. Az üzleti kommunikáció ismérvei. Líceum kiadó, Eger, 2001.   ***Ajánlott irodalom:***   1. SAS István: Reklám és pszichológia. – Budapest: Kommunikációs Akadémia, 2007. 2. VERES Zoltán: Szolgáltatásmarketing. – Budapest: KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., 2003. 3. VÁGÁSI Mária: Marketing – stratégia és menedzsment. – Budapest: Alinea, 2007. | | |
| **Tantárgyfelelős:** Dr. habil Forgó Sándor –főiskolai tanár  **Oktató:**Dr. habil Forgó Sándor –főiskolai tanár | | |