|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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 |