|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tantárgy neve:**  **Vállalatok külső és belső kommunikációja PR** | **Kódja:**  **NBG\_EE118G3** | **Kreditszáma:**  **3** |
| A tanóra típusa[[1]](#footnote-1): **gyakorlat** és száma: **0+2 KÖTELEZŐEN VÁLASZTHATÓ**  **(SZELLEMI TŐKE MENEDZSMENT A SZERVEZETEKBEN SPECIALIZÁCIÓ)** | | |
| A számonkérés módja (koll./gyj./egyéb[[2]](#footnote-2)): **gyakorlati jegy** | | |
| A tantárgy tantervi helye (hányadik félév): **6.** | | |
| Előtanulmányi feltételek *(ha vannak)*:**NBG\_GI817K4 Marketing** | | |
| **Tantárgyleírás**: az elsajátítandó ismeretanyag és a kialakítandó kompetenciák tömör, ugyanakkor informáló leírása | | |
| A tárgy keretében a hallgatók megismerkednek a vállalati kommunikáció alapjaival, rendszertani elhelyez-kedésével, a kommunikációs-mix felépítésével és egyes elemeivel, továbbá a kommunikációs folyamat és egyes fázisai szervezésének és irányításának, kérdéseivel. A tárgy keretében a hallgatók mélyebb ismereteket szereznek a közvetett piacbefolyásolás elveiről és módszereiről. Megismerkednek a vállalati, kormányzati, önkormányzati, politikai (pártok), valamint a non-profit szervezetek PR tevékenységének sajátosságaival, továbbá a PR, az image és a CI összefüggéseivel, kapcsolatával.  A tantárgy keretében a hallgatók elsajátíthatják a kapcsolat-menedzsment korszerű elméleti és gyakorlati ismereteit, és ennek birtokában képesek lesznek szervezeti, intézményi kommunikációs feladatok, PR feladatok tervezésére, végrehajtására és ellenőrzésére. Készséget szereznek a modern kommunikációs technológiák alkalmazásában, PR produkciókban való közreműködésben. A hallgatók jártasságot szereznek az üzleti tárgyalások lebonyolításában, PR kampányok és rendezvények szervezésében, belső és külső arculat alakításában. | | |
| A **3-5** legfontosabb *kötelező,* illetve *ajánlott***irodalom** (jegyzet, tankönyv) felsorolása biblio­gráfiai adatokkal (szerző, cím, kiadás adatai, oldalak, ISBN) | | |
| **Kötelező irodalom:**  Nyárády Gáborné – Szeles Péter: Public Relations I-II. Perfekt Kiadó, 2005.ISBN: 9789633946060  Szeles Péter: Nagy PR könyv, Management Kiadó, 2001. ISBN: 9789638614759  Borgulya Ágnes – Somogyvári Márta: Kommunikáció az üzleti világban, Akadémiai Kiadó Budapest 2009. ISBN: 9630585347  **Ajánlott irodalmak:**  Bíró Mária – Nyárády Gáborné: Közéleti kommunikáció, Perfekt 2004. ISBN: 9633945933  Gyarmati Ildikó: Rendezvényszervezési kalauz, Athenaeum Kiadó, 2000. ISBN: 963947179  Szabó Katalin: Kommunikáció felsőfokon, Kossuth Kiadó, 2002. ISBN: 9630943034  Szeles Péter. Public Relations a gyakorlatban, Geomédia szakkönyvek. Budapest 1999. ISBN:9637901062x | | |
| **Tantárgy felelőse** (*név, beosztás, tud. fokozat*)**: Dr. Csáfor Hajnalka PhD főiskolai docens** | | |
| **Tantárgy oktatásába bevont oktató(k),** ha vannak(*név, beosztás, tud. fokozat*)**: -** | | |

1. **Ftv. 147. §**  *tanóra:* a tantervben meghatározott tanulmányi követelmények teljesítéséhez oktató személyes közreműködését igénylő foglalkozás (előadás, szeminárium, gyakorlat, konzultáció) [↑](#footnote-ref-1)
2. pl. évközi beszámoló [↑](#footnote-ref-2)