|  |  |
| --- | --- |
| **Tantárgy neve:** Arculattervezés | **Kreditszáma:** 2 |
| **A tanóra típusa:** szeminárium **Heti óraszáma**: 2 | |
| **A számonkérés módja:** gyakorlati jegy | |
| **A tantárgy tantervi helye:** 6. félév | |
| **Előtanulmányi feltételek:** – | |
| **Tantárgyleírás**:  A szeminárium célja, hogy alaposan körüljárja az arculat, az imázs fogalmát mind a PR elméletében, mind annak gyakorlatában. A hallgatók először megismerkednek, hogy hányféle arculatról és milyen kontextusban beszélnek a PR területén. Bevezetjük a tükör, a vágyott és a jelenlegi imázs fogalmát (mirror, wish, current image) valamint a cég és a termékimázst. A szeminárium során bemutatjuk az arculat kialakításának feltételeit, az önismerettől a pénzügyi keretig. Sorra vesszük az egyes arculatformáló tényezőket: a cégfilozófiája, értékrend,, a hagyományok, az üzleti normák, a fogyasztói elvárások. Áttekintjük az imázsalakításban az egymást erősítő és az egymást kioltó hatásokat. Bemutatom az órán az arculatgazdagító filozófiákat. Emellett kitérünk az arculat üzleti szerepének ismertetésére is. A folyamat másik oldalát is bemutatjuk: a hallgatóknak a szeminárium elvégzése után tudniuk kell imázst, arculatot elemezni. Ehhez a Krippendorf-féle klasszikus imázselemzés alkalmazását sajátíttatjuk el a hallgatókkal.  Megismerkedünk arculati kézikönyvekkel. A szemináriumot elvégzőknek pontosan ismerniük kell, hogy mit tartalmazzon egy arculati kézikönyv, alkalomadtán össze kell tudni állítani egyet.  S végül sorra vesszük, hogy mi minden hordozhatja az imázst, mint médium: az embléma, szlogen, stb. A hallgatóknak ehhez kapcsolódóan meg kell ismerkedniük a web design alapvető fogalmaival is. | |
| **Kötelező irodalom:**  Krippendorf, Klaus: *A tartalomelmezés módszertanának alapjai.* Balassi Kiadó, Budapest, 1995.  Magyar Béla (szerk.) Mit tartalmazzon a cég arculati kézikönyve? In: *IMINFO Arculati Szakmák Kézikönyve.* 1996.  Parker Roger. C. *Web design. Kiadványtervezés képernyőn és nyomtatásban.* Kossuth Kiadó, 1999.  Tattay Levente: 005 A közszereplők arculatának kereskedelmi célú felhasználása: a merchandishing. In: *Marketing és menedzsment* 2005/60 P. 61-67  Varsányi J.- Kunsági A. – Joó F.: *Az arculat mint a marketingstratégia bástyája.* In.: *Marketing* 1993/3 P. 99-105. | |
| **Tantárgy felelőse:** Kvaszingerné Prantner Csilla tanársegéd | |
| **Tantárgy oktatásába bevont oktató(k):** Kvaszingerné Prantner Csilla tanársegéd | |