|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tantárgy neve: **Marketingkommunikációs és PR eszközök** | **Kód: NMT\_GG244G2** | **Kreditszáma: 2** |
| A tanóra típusa[[1]](#footnote-1): **gyakorlat** és száma: **heti 2 óra** |
| A számonkérés módja (koll. / gyj. / egyéb[[2]](#footnote-2)): **gyakorlati jegy** |
| A tantárgy tantervi helye (hányadik félév): **4. félév** |
| Előtanulmányi feltételek *(ha vannak)*: **--** |
| **Tantárgyleírás**: az elsajátítandó ismeretanyag és a kialakítandó kompetenciák tömör, ugyanakkor informáló leírása |
| **A kurzus célja**, hogy tantárgy keretében a hallgatók elsajátíthatják a kapcsolat-menedzsment korszerű elméleti és gyakorlati ismereteit, és ennek birtokában képesek lesznek szervezeti, intézményi PR feladatok tervezésére, végrehajtására és ellenőrzésére. Egy arculatértékelési tervezet elkészítését önálló, gyakorlati feladatként hajtanak végre, valamint egyéni marketing és PR stratégiát is létrehoznak a kiválasztott mikrotérség vizsgálata alapján. **A kurzus rövid tartalma:*** 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.

**A kurzus által megerősített kompetenciák:**Készséget szereznek a modern kommunikációs technológiák alkalmazásában, PR produkciókban való közreműködésben. A hallgatók jártasságot szereznek PR-kampányok és rendezvények szervezésében, belső és külső arculat alakításában. Képesek megtalálni azt az eszközt marketing és PR tevékenységük során, amely egy adott település, vagy mikrotérség egységes arculatát, gazdasági profilját a legteljesebb módon közvetíti a célcsoportok felé. |
| A **3-5** legfontosabb *kötelező,* illetve *ajánlott***irodalom** (jegyzet, tankönyv) felsorolása biblio­gráfiai adatokkal (szerző, cím, kiadás adatai, oldalak, ISBN) |
| **Kötelező irodalom:**PELEJTEI, T. (1996): *Public relations: A kommunikáció szervezésének gyakorlati kézikönyve és kiegészítő szakismeretei: Intézmények, nonprofit szervezetek és vállalkozások kapcsolatai a közönséggel.* p. 162SZELES, P.(1999): *Public Relations a gyakorlatban*. Geomédia szakkönyvek. Budapest 1999. p. 312FORGÓ, S. (2001): *Kommunikációelmélet – üzleti kommunikáció*. Az üzleti kommunikáció ismérvei. EKF Líceum kiadó, Eger, 2001. p.243BALÁZS, G. – BÓDI, Z., (2005)[szerk.]: Az Internetkorszak kommunikációja. Budapest, Gondolat Kiadó, p. 195**Ajánlott irodalom:**MEERMAN SCOTT, D., (2007): The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly, Jonh Wiley & Sons Inc., p. 320 - ISBN: 978-0-470-54781-6DE PELSMACKER, P. – GEUENS, M. – VAN DEN BERGH, J. (2010): Marketing communications: a European perspective, Fourth Edition, FT Prentice Hall, p. 658, ISBN - 978-0-273-72138-3SCHWERDTNER, W. (2008): Erfolgsfaktoren im Regionalmarketing ländlicher Räume - eine empirische Studie der Leader+- und REGIONENaktiv-Regionen in Deutschland und Österreich. Dissertation an der Landwirtschaftlich-Gärtnerischen Fakultät der Humboldt-Universität zu Berlin, Books On Demand GmbH, p. 324 ISBN: 3837065804KRÄUTER, P. (2007): Regionalmarketing - Definition, Elemente und Funktionsweise, Verlag Für Akademische Texte, p. 22, ISBN - 978-3-638-65138-7 |
| **Tantárgy felelőse** (*név, beosztás, tud. fokozat*)**: Dr. habil. Forgó Sándor, főiskolai tanár, PhD**  |
| **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)