

## Tárgytematika / Course Description

### KKV-k üzleti kommunikációja

KGLB\_VKTM014

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: Rámháp Szabolcs

Félév / Semester: 2019/20/2

Beszámolási forma /

Assesment: Folyamatos számonkérés

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 9/0/0

---

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

#### A tantárgy célja:

A tantárgy alapvető célja, hogy a résztvevők megismerjék a kommunikáció eszközeit, optimalizálva a KKV igényekre. A KKV szektor gazdasági jelentősége, mind a GDP-hez való hozzájárulás, mind a foglalkoztatás tekintetében igen nagy. E szervezetek kommunikációja más megközelítést igényel, mint a nagy vállalatoké, korlátozott az erőforrásuk és a kommunikációs tapasztalatuk, ezért az alkalmazható módszerek is eltérők és korlátozottak. A tárgy feladata, hogy megmutassa a KKV-k számára is hasznosítható azon hatékony belső és külső kommunikációs eszközöket, amelyek a gyakorlatban alkalmazhatók.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

#### Tantárgy az alábbi modulokból épül fel:

- Belső és külső szervezeti kommunikáció
  - a dolgozók motiválása, feladatok delegálása, kontroll
  - egyéni és szervezeti kommunikációs platformok, pitch, értekezlet, sajtótájékoztató stb.
  - külső partnerekkel és beszállítókkal való kommunikáció, üzleti tárgyalások
- Marketingkommunikáció ATL és BTL
  - reklám helyi médiában (plakát, rádió és nyomtatott sajtó)
  - social marketing,
  - online marketing,
  - SEO
  - DM
  - event marketing
  - PR

---

### SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESMENT'S METHOD

#### Az osztályzat kialakításának módja:

- Féléves beadandó dolgozat 10 oldal/20 ezer karakter terjedelemben: egy kommunikációs

kampány tervezése egy tetszőlegesen kiválasztott KKV-szektorba sorolható vállalkozás számára. Beadási határidő a szorgalmi időszak utolsó előtti hete. Legfeljebb **60 pont**

- Vezetői összefoglaló előadás a szorgalmi időszak utolsó óráján a féléves beadandó dolgozatról. Legfeljebb **40 pont**

#### **Értékelés:**

- 91-100% - jeles
- 81-90% - jó
- 61-80% - közepes
- 51-65% - elégséges
- 0-50% - elégtelen

#### **A vizsga típusa:**

Évközi jegy.

---

### **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

#### **Az órai tananyagot túl ajánlott irodalom:**

- Bányai E./Novák P. (2011): Online üzlet és marketing. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Brochand, B. / Lendrevie, J. (2004): A reklám alapkönyve. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Fox, V. (2012): Marketing in the age of Google : Your online strategy is your business strategy. John Wiley and Sons, Hoboken.
- Gay, R./Charlesworth, A./Esen, R. (2007): Online marketing : A customer-led approach. Oxford University Press, Oxford.
- Janal, D. S. (1998): Online marketing kézikönyv : Eladásösztönzés, reklám, áruk és szolgáltatások értékesítése az Interneten. Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest.
- May, S. (2005): Engaging organisational communication theory and research: multiple perspectives, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Levinson J. C. (2005): A gerillamarketing - Az üzleti siker kézikönyve. Haszon Lapkiadó, Budapest.
- Miller, K. (2015): Organisational Communication: Approaches and Processes, Thomson Wadsworth, CA.
- Rekettye G. (2007): Kisvállalati marketing. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Rekettye G. (2011): Marketing a magyar kisvállalatoknak. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Wolf, G. (2015): Kisvállalati marketing biblia, Navigátor, Budapest.