

Tárgytematika

Közkapcsolatok marketingje

LGB_SV014_1

Tárgyfelelős neve: dr. Ercsey Ida

Félév: 2014/15/1

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 0/0/0

Tárgy féléves óraszám: 15/0/0

OKTATÁS CÉLJA

A marketing a közszféra szereplői számára is egyre nagyobb jelentőséggel bír. A változó társadalmi, gazdasági környezetben az államilag támogatott szervezeteknek is bizonyítaniuk kell, hogy munkájuk miért hasznos a társadalom számára. A különböző közintézmények gyakorlatában a marketingorientáció és a marketingmódszerek alkalmazhatósága eltérő, de mindenhol szükség van az egyénekekkel és a szervezetekkel, mint célközönséggel történő kommunikációra.

TANTÁRGY TARTALMA

Időszak A feldolgozandó tananyag témája 1. hét A közszféra a társadalomban és a gazdaságban. 2. hét A non-business szektor. 3. hét A non-profit szektor kialakulása, jellemzői. 4. hét A non-profit marketing fejlődése. 5. hét Marketing a kultúrában. 6. hét Társadalmi marketing. 7. hét Marketing a politikában. 8. hét Településmarketing. 9. hét A közüzemi szolgáltatások marketingsajátosságai. 10. hét A közüzemi szolgáltatások marketingeszközei. 11. hét Minőségmenedzsment a non-business szolgáltatásokban. 12. hét Marketing tevékenység a költségvetési szektorban. 13. hét Marketing eszközök a költségvetési szektorban. 14. hét Esettanulmányok megoldása és megvitatása.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

Az értékelés módja a vizsgán elért pontszám alapján: 0 - 50 pont elégtelen 51 - 65 pont elégséges 66 - 80 pont közepes 81 - 90 pont jó 91 - 100 pont jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM

Kötelező irodalom: 1. Dinya L.-Farkas F.-Hetesi E.-Veres Z.: Nonbusiness marketing és menedzsment, KJK-KERSZÖV, 2004. Ajánlott irodalom: 1. Hetesi E. - Veres Z.: Nonbusiness marketing, Akadémiai Kiadó, 2013. 2. Sas István: Reklám a jóért, Kommunikációs Akadémia, 2010. 3. Hetesi Erzsébet: A közszolgáltatások marketingje és menedzsmentje, JATEPress, Szeged 2002. 4. Józsa László: Marketing, reklám, piackutatás I. II., Göttinger Kiadó, 2003.