

Tárgytematika / Course Description

Közönségkapcsolatok tervezése

LGM_SV019_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Konczosné dr. Szombathelyi Márta

Félév / Semester: 2015/16/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 15/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A PR tevékenység tartalmának, eszközeinek, területeinek elsősorban módszertani szempontból történő bemutatása

A hallgatók ismerjék meg a PR szerveztorientált és társadalomorientált megközelítését

A PR szakirodalma jelentős, a megjelent publikációk és esettanulmányok lehetővé teszik a tématerület színvonalas oktatását.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

Időszak

A feldolgozandó tananyag témája: elmélet

A feldolgozandó tananyag témája: gyakorlat

1. hét

A PR a kommunikáció és a szervezet vonatkozásában

Csoportmunka, esettanulmányok

A PR fogalmi tartománya. Modellek. Fejlődéstörténet

2. hét

Hírnévmenedzsment: hírnév, imázs, arculat

Szakkikk ajánlók

A PR tevékenység eszközei

Vállalati kommunikáció (Corporate PR). Belső kommunikáció (Internal PR)

3. hét

Külső PR: marketing PR

Csoportmunka, esettanulmány

Külső PR: Sajtókapcsolatok (Media Relations)

Külső PR: Public Affairs (Kormányzati-közösségi kapcsolatok)

Külső PR: Issue Management (közügyek-társadalmi ügyek kezelése)

4. hét

Válságkommunikáció

Csoportmunka, esettanulmány

5. hét

Támogatás és egyéb kapcsolatok

Beadandó dolgozat prezentációja

A PR tevékenység folyamata, tervezése, értékelése

6. hét

A szakma etikai előírásai és jogi szabályozása

Beadandó dolgozat prezentációja

PR szakemberek, ügynökségek tevékenysége. Tanácsadás

Vendég előadó: PR ügynökségtől

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Félévközi hallgatói munka:

Vizsga kijelölt kötelező és ajánlott irodalmakból és az órákon elhangzott anyagokból: 60 pont

Egyéni és csoportmunka az órák során (pl: esettanulmány, szakcikk ajánló): 10 pont
Beadandó feladat, és annak prezentációja: 30 pont

Az értékelés módja

0 - 50 pont	elégtelen
51 - 66 pont	elégséges
67 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

Nyárádi Gáborné - Szeles Péter, 2004. Public relations II. Perfekt Kiadó, 2004

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Szeles Péter(szerk.) 2006.Nagy PR-könyv. Management Kiadó Kft: Budapest
Stuart Thomson – Steve John 2009. PR+PA. Public Affairs, lobbizás. Akadémiai Kiadó: Budapest
Sandra Oliver 2009. PR+PA. Public Relations stratégia. Akadémiai Kiadó: Budapest
Sós Péter János 2009. Mindennapi PR-ünk. Gyakorlati Public Relations. B.Swan Partners: Budapest
Ries, Al – Ries, Laura 2005. A pr tündöklése, a reklám bukása. Geomédia Kiadó: Budapest
Mónus Ágnes 2003.Public relations. A bizalomépítés művészete. Edge 2000 Kft: Budapest
Pelejtei Tibor 2000. Public relations. A kommunikáció szervezésének gyakorlati kézikönyve és kiegészítő szakismeretei. 3. bőv. kiadás. Pelejtei: Budapest
Tench, Ralph - Yeomans, Liz 2009. Exploring public relations. Harlow: Financial Times Prentice Hall, 2nd ed.
Wilcox, Denis L. – Cameron, Glen T. 2006. Public Relations. Strategic and tactics. Pearson Education: Inc.