

Tárgytematika

Közkapcsolatok marketingje

NGB_SV014_1

Tárgyfelelős neve: dr. Ercsey Ida

Félév: 2011/12/2

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 4/0/0

Tárgy féléves óraszám: 0/0/0

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 egyénekkel és a szervezetekkel, mint célközönséggel történő kommunikációra.

TANTÁRGY TARTALMA

Marketing fogalma, és fejlődése. A közszféra a társadalomban és a gazdaságban. Marketing a közszféra szervezeteinek tevékenységében. A piac jellemzői, célpiac meghatározása. A közszolgáltatások piaca. A marketingkutatás fogalma, területei. A marketingkutatás folyamata és módszerei. Primer kutatások a közszférában. Fogyasztói magatartás. Termékpolitika, a termék életciklusa. A termékek márkázása. Szolgáltatások, szolgáltatások sajátosságai. Árpolitika. Árak a közszolgáltatások területén. Értékesítési politika. Közszolgáltatások értékesítése. Marketingkommunikáció. Reklám a közszférában. A közintézményi, közszolgálati PR változó társadalmi környezete, tartalmi körülhatárolása. A PR tevékenység célja, célcsoportjai a társadalmi, az állami-önkormányzati, a politikai és a közüzemi szervezetekben.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

A félévi jegy összetétele:

Házi dolgozat: maximum: 30 pont

Zárthelyi dolgozat: maximum: 20 pont (időpontja: május 6. csütörtök)

Elméleti vizsga: maximum: 50 pont

Az elméleti vizsgán a vizsga pontszám minimum 50 %-át (legalább 25 pontot) teljesíteni kell.

KÖTELEZŐ IRODALOM

Kötelező irodalom:

Dinya L.-Farkas F.-Hetesi E.-Veres Z.: Nonbusiness marketing és menedzsment, KJK-KERSZÖV, 2004.

Ajánlott irodalom:

Hetesi Erzsébet: A közszolgáltatások marketingje és menedzsmentje, JATEPress, Szeged 2002.

Józsa László: Marketing, reklám, piackutatás I. II., Göttinger Kiadó, 2003.