

Tárgytematika

Közkapcsolatok marketingje

NGB_SV014_1

Tárgyfelelős neve: dr. Ercsey Ida

Félév: 2014/15/2

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 4/0/0

Tárgy féléves óraszám: 0/0/0

OKTATÁS CÉLJA

A marketing a közsféra 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

Marketing fogalma, és fejlődése. A közsféra a társadalomban és a gazdaságban. Marketing a közsféra szervezeteinek tevékenységében. A piac jellemzői, célpiac meghatározása. A közszolgáltatások piaca. A marketingkutató fogalma, területei. A marketingkutató folyamata és módszerei. Primer kutatások a közsférában. Fogyasztói magatartás. Termékpolitika, a termék életciklusa. A termékek márkázása. Szolgáltatások, szolgáltatások sajátosságai. Árpolitika. Árak a közszolgáltatások területén. Értékesítési politika. Közszolgáltatások értékesítése. Marketingkommunikáció. Reklám a közsférában. 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

Elméleti vizsga: maximum: 50 pont

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

A félévi érdemjegy meghatározása a házi dolgozatra, a ZH dolgozatra és az elméleti vizsgára adott pontszám alapján:

0 - 50 pont	elégtelen
51 - 66 pont	elégséges
67 - 80 pont	közepes

81 - 90 pont
91 - 100 pont

jó
jeles

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.