

## Tárgytematika / Course Description

### KKV-k üzleti kommunikációja

NGM\_VS003\_1

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Komlósi László Imre

**Félév / Semester:** 2015/16/2

**Beszámolási forma /**

**Assesment:** Folyamatos számonkérés

**Tárgy heti óraszám /**

**Teaching hours(week):** 0/2/0

**Tárgy féléves óraszám /**

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

---

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A tantárgy 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 kommunikáció (a dolgozók motiválása, feladatok delegálása, szervezetfejlesztés)
- Külső kommunikáció (Beszélőkkel, vásárlókkal és más partnerekkel való kommunikáció, stakeholderek, alkalmazható marketingkommunikációs eszközök, mint pl. közösségi média, online marketing, keresőoptimalizálás)
- Kommunikációs kompetenciák fejlesztése (soft skill)

---

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

A tantárgy folyamatos számonkéréses, az órák látogatása kötelező. Az értékelés az alábbi feladatok teljesítésével történik:

- A hallgatók a félév során két alkalommal tartanak rövid prezentációt egy előre egyeztetett kommunikációs általános eszköz bemutatásáról. (Pl. Hirdetési lehetőség KKV-k számára a helyi médiában). Összesen legfeljebb 2x10 pont
- Féléves beadandó dolgozat készítése 20 oldal/40 ezer karakter terjedelemben. Téma 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 dolgozatból. Legfeljebb 20 pont.

Értékelés:

- 91-100% - jeles

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

## **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

- Brochand, B. / Lendrevie, J. (2004): A reklám alapkönyve. Akadémiai Kiadó, 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.
- Mintzberg, H. / Waters, J. A. (1985): Of Strategies, Deliberate and Emergent. Strategic Management Journal
- Schuler, H. (2006): Lehrbuch der Personalpsychologie [Textbook of HR psychology], 2nd revised version, Hogrefe, Göttingen/ Bern/ Vienna.
- Yukl, G. (2010): Leadership in organizations, Pearson, München
- Wolf, G. (2015): Kisvállalati marketing biblia, Navigátor, Budapest