

**ESZTERHÁZY KÁROLY FŐISKOLA**  
**GAZDASÁG- ÉS TÁRSADALOMTUDOMÁNYI KAR**  
**GAZDASÁGTUDOMÁNYI INTÉZET**

**TANTÁRGYI PROGRAM ÉS ÜTEMTERV**  
**2014/2015. tanév II. félév**

A TANTÁRGY			
<b>Kódja:</b>	NBG_EE118G3	<b>Megnevezése:</b>	Vállalatok külső és belső kommunikációja (PR)
<b>Szak:</b>	Emberi erőforrások (III. évfolyam - végzősök) NAPPALI tagozat		

<b>Heti tanóra:</b>	2	<b>Vizsgajelleg:</b>	gyakorlati jegy	<b>A tantárgy kreditértéke:</b>	3
---------------------	---	----------------------	-----------------	---------------------------------	---

<b>A tantárgy előtanulmányi rendje:</b>
marketing

<b>A tantárgy képzési célja:</b>
<p>A tárgy keretében a hallgatók megismerkednek a vállalati kommunikáció alapjaival, rendszertani elhelyezkedésével, a szervezet és környezetének kapcsolatával, a kommunikációs-mix felépítésével és egyes elemeivel, továbbá a kommunikációs folyamat és egyes fázisai szervezésének és irányításának, kérdéseivel. Megismerkednek az alapvető PR módszerekkel és formákkal, valamint PR-eszközökkel.</p> <p>A tárgy keretében a hallgatók mélyebb ismereteket szereznek a közvetett piacbefolyásolás elveiről és módszereiről. Megismerkednek a vállalati, kormányzati, önkormányzati, politikai (pártok), valamint a non-profit szervezetek PR tevékenységének sajátosságaival, továbbá a PR, az image és a CI összefüggéseivel, kapcsolatával.</p>

<b>Az órák időpontja:</b>	kedd 10.00 – 11.30 (2 óra szeminárium B/205)
---------------------------	--

<b>Kurzus oktatója, elérhetősége:</b>	<p><b>Dr. Csáfor Hajnalka intézetigazgató</b>  intézetigazgató főiskolai docens  Gazdaságtudományi Intézet  E-mail: <a href="mailto:hesafor@ektf.hu">hesafor@ektf.hu</a></p>
---------------------------------------	--

**A tananyag tartalma részletesen:**

Hét	Tananyag
2015. február 3.	<p><b>Bemutakozás.</b>  Az otthoni feladat és az abból készítendő prezentáció követelményeinek megbeszélése.</p> <p><b>A szervezet és környezetének a kapcsolata.</b>  A szervezet totális kommunikációja. A PR mint szervezeti funkció. A szervezet nyilvánosságpolitikája. PR célrendszer és tevékenységek. A PR fejlődése. Kortárs PR-elméletek. A PR korszerű felfogása.</p>
2015. február 10.	<p><b>PR a szervezetben.</b>  Alapvető PR-modellek.  A PR helye és szerepe a vállalatoknál, a vállalati PR lényeges jegyei, funkciói. A PR tevékenységterületei. (Belső PR – Külső PR)  PR tevékenység viszonya a társszakmákhoz. (reklám, újságírás)  Szerepek a PR tevékenységben, a PR tevékenység gyakorlati szakmai feladatai. A PR irányítás formái, a PR szakma munkakörei.  A PR szakember felkészültsége.  PR szolgáltatók.</p>
2015. február 17	<p><b>Sajtókapcsolatok</b> jelentősége, módszerei, eszközei.  PR tervezés folyamata, szempontjai és követelményei. A PR tevékenység hatása és eredménye. PR tevékenység hatékonysága és értékelése.</p> <p><b>Rendezvényszervezés.</b></p>
2015. február 24.	<p><b>Belső PR</b>  A belső PR értelmezése, feladatai, funkciói. Belső kapcsolatok.  A humánpolitika és a belső PR kapcsolata. Kommunikáció és munkakapcsolat.  Marketing-mix, promóciós célok. A PR helye és szerepe a társadalmi és a marketingkommunikáció rendszerében. A marketingkommunikáció eszközrendszere. Külső PR (marketingkommunikáció) értelmezése, feladatai, funkciói.</p>

**ESZTERHÁZY KÁROLY FŐISKOLA**  
**GAZDASÁG- ÉS TÁRSADALOMTUDOMÁNYI KAR**  
**GAZDASÁGTUDOMÁNYI INTÉZET**

2015. március 3.	<p><b>PR módszerek és formák:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Személyes kommunikációs módszerek és formák</li> <li>2. Csoportos kommunikációs módszerek és formák</li> <li>3. Tömegkommunikációs módszerek és formák</li> <li>4. Egyéb módszerek és formák</li> </ol> <p><b>PR eszközök</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Személyes kommunikáció eszközei</li> <li>2. Csoportkommunikáció eszközei</li> <li>3. Tömegkommunikáció eszközei</li> <li>4. Egyéb módszerek és formák</li> </ol>
2015. március 10.	<b>ELMARAD</b> (az óra pótlásáról később egyeztetünk)
2015. március 17.	<p><b>Hírnév, imázs, arculat.</b></p> <p>Imázs és hírnévmenedzsment. A vállalati imázs meghatározó tényezői.  Hírnév, mint vállalati tőke. Vállalati imázs (CI).  Az arculat tartalmi és formai elemei. Arculati kézikönyv felépítése és elemei.</p>
2015. március 24.	<p>Kormányzati kommunikáció. Közügyek kezelése. (Issue Management)  Önkormányzatok, pártok, nonprofit szervezetek PR tevékenysége.  Válságkommunikáció, mint a válságkezelés kommunikatív oldalai.  PR – kommunikáció - társadalmi felelősségvállalás (CSR)  A befektetői kapcsolatok PR-je, szervezése.  Fund-raizing. Szponzoráció. Mecenatúra.</p>
2015. március 31.	<p><b>ZH</b></p> <p><b>A félév eddigi anyagából zárthelyi dolgozat megírása.</b></p>
2015. április 7.	<b>TAVASZI SZÜNET</b>
2015. április 14.	<b>Az otthoni feladat prezentáció formájában való bemutatása. (4 fő)</b>
2015. április 21.	<b>Az otthoni feladat prezentáció formájában való bemutatása. (3 fő)</b>
2015. április 28.	<b>Az otthoni feladat prezentáció formájában való bemutatása. (3 fő)</b>
2015. május 5.	—
2015. május 12.	—

<b>A tananyag feldolgozásához szükséges irodalom:</b>	
<b>Kötelező irodalom:</b>	Nyárády Gáborné – Szeles Péter: Public Relations I-II. Perfekt Kiadó, 2004.
<b>Ajánlott irodalom:</b>	<p>Szeles Péter: Nagy PR könyv, Management Kiadó, 2001.  Bíró Mária – Nyárády Gáborné: Közéleti kommunikáció, Perfekt 2004.  Borgulya Ágnes – Somogyvári Márta: Kommunikáció az üzleti világban, Akadémiai Kiadó Budapest 2007.  Gyarmazi Ildikó: Rendezvényszervezési kalauz, Athenaeum Kiadó, 2000.  Görög Ibolya: A nyilvánosság kelepcéi, Athenaeum 2000 Kiadó, 2004.  Neményiné Gyimesi Ilona: Hogyan kommunikáljunk tárgyalás közben? Akadémiai Kiadó, 2006.  Szeles Péter. Public Relations a gyakorlatban, Geomédia szakkönyvek. Budapest 1999.</p>

<b>Házi feladatok (beadandó feladatok):</b>
<p>Készítsenek <b>összefoglaló elemzést egy választott</b> (lehetőleg országos, vagy multinacionális) <b>cég/szervezet arculatáról és kommunikációs tevékenységéről</b> (azon belül részletesen a honlapjáról), értékeljék azt a félév során tanultak alapján, és tegyenek javaslatot a kommunikáció fejlesztésére a vizsgált szervezetnél.</p> <p>Munkájukat egy max. 50 képes diabemutató (ppt) formájában – képi illusztrációkkal – készítsék el és mutassák be a szemináriumon egyeztetett időpontban legalább 20 percen a lenti szempontok alapján.</p> <p><b>Munkájuk összefoglalását írásban is nyújtsák be.</b> A dolgozat terjedelme legalább 8 oldal, maximum 12 oldal (másfeles sorközzel és 12-es betűtípussal, mellékletek nélkül).</p>

**ESZTERHÁZY KÁROLY FŐISKOLA**  
**GAZDASÁG- ÉS TÁRSADALOMTUDOMÁNYI KAR**  
**GAZDASÁGTUDOMÁNYI INTÉZET**

**ARCULATÉRTÉKELÉSI SZEMPONTRENDSZER:**

1. Az intézmény tevékenységének leírása rövid leírása
2. A célközönség megnevezése
3. A szervezeti kultúra, filozófia és magatartás (küldetésnyilatkozat, SzMSz)
4. Logo, (formák, színvilág, szimbólum)
5. Akusztikus jelek (szignál, szlogen, zene)
6. Vizuális jelek
7. Külső megjelenés (cégtábla, zászló, köztéri reklámok, külső irányítótábla)
8. Belső megjelenés (pult, félfogadás, eligazító táblák)
9. Egyéb megjelenési formák (munkaruházat, járművek, autók)
10. Nyomatott anyagok: levélpapírfejléc, faxlap, PR hírlevél, üdvözlőkártya, matricák, borítékok, névjegyek, meghívók, számlák, megrendelések, pénzügyi adatközlő, nyomtatványok, éves jelentés, vállalati szórólap, termékszórólap, garanciajegy, belső magazin, stb.
11. Elektronikus megjelenési formák: Spotok, filmek, reklámok; Levelező felület (e-mail); Prezentációk, (tagolás, rendszerezettség, kompozíció, színek használata, szakaszolás, mondanivaló felbontása, kiemelés (előtér, háttér), navigáció, Interakció)
- 12. Honlapértékelés: az eFestival – lenti – szempontrendszere alapján**
13. PR SWOT analízis
14. Javaslatok a cég/szervezet kommunikációjának fejlesztésére
15. Összkép

**Javasolt honlapértékelési szempontrendszer (az eFestival verseny bírálati szempontjai alapján):**

**I. A HONLAP MEGFELELÉSE A MŰKÖDTETŐ INTÉZMÉNY CÉLJAINAK**

**II. A HONLAP ELÉRHETŐSÉGE**

- „beszédés” URL cím
- Google (egyéb keresők) találati listája
- a tartalom letöltésének sebessége

**III. AKADÁLYMENTESÉG (W3C Validátor megfelelés)**

**IV. BIZTONSÁG**

**V. FOGYASZTÓVÉDELEM**

- adatvédelmi nyilatkozat
- fizetett, szponzorált tartalmak elkülönítése
- szerzői jogi nyilatkozat
- az előállító/fenntartó szervezet bemutatása
- ügyfélszolgálat, ügyfél bejelentés, vélemények

**VI. DESIGN**

- általános megjelenés
- navigáció nehézségi foka
- multimédia alkalmazása
- böngésző kompatibilitás
- tartalom bemutatása

**VII. TARTALOM**

- első benyomás
- információ
- információ frissessége
- információ minősége
- elérhetőség más nyelveken, fordítások mennyisége, minősége

**VIII. TARTALOM SZOLGÁLTATÁS SZERVEZÉSE**

- regisztráció (azonosítás) kezelése
- űrlapok kitöltése, információk feltöltése
- termékek és szolgáltatások megjelenítése
- keresés
- szabványos honlap fejlesztés (web standardok alkalmazása)
- tiltott, káros tartalmak, szolgáltatások kezelése
- reklámok kezelése

**IX. ÁLTALÁNOS ÖSSZEFOGLALÁS**

**A vizsgálandó cég/szervezet kiválasztásának határideje: 3. hét**

**Az otthoni feladatról írt dolgozat beadási határideje: a prezentáció időpontja**

**Az ismeretek értékelése, minősítése:**

1. Az elméleti ismereteket magába foglaló feladatlap eredményes kitöltése.

2. Az otthoni feladat elkészítése, prezentálása és írásos összefoglalójának beadása.

A gyakorlati jegy kialakításakor az otthoni feladat és a zárthelyi dolgozat eredménye 50-50% arányban kerül beszámításra. Értékelés ötfokozatú osztályzattal, 50% alatti összteljesítmény esetén a gyakorlati jegy elégtelen.