

A TANTÁRGY ADATLAPJA

1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş–Bolyai Tudományegyetem Kolozsvár
1.2 Kar	Politika-, Közigazgatás- és Kommunikációtudományi Kar
1.3 Intézet	Kommunikáció, közkapcsolatok és Reklám Intézet
1.4 Szakterület	Kommunikáció
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Kommunikációs szakértő / Specializat în Științele Comunicării

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	A közkapcsolatok alapjai (Introducere în relații publice)						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	Benedek István, egyetemi tanársegéd						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	Benedek István, egyetemi tanársegéd						
2.4 Tanulmányi év	II	2.5 Félév	1	2.6. Értékelés módja	Vizsga	2.7 Tantárgy típusa	DD

3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszámja)

3.1 Heti óraszám	4	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	2
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	56	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	28
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					10
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					6
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					21
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					3
Vizsgák					4
Más tevékenységek:.....					
3.7 Egyéni munka össz-óraszámja	44				
3.8 A félév össz-óraszámja	100				
3.9 Kreditszám	5				

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	<ul style="list-style-type: none"> nincsenek
4.2 Kompetenciabeli	<ul style="list-style-type: none"> nyilvánosságelméletek és médiarendszerek ismerete (Kommunikációelmélet, Tömegkommunikáció tárgyak); brief készítése, helyzetelemzés, célcsoport-szegmentálási módszerek ismerete és alkalmazása (Rendezvényszervezés tárgy); kutatásmódszertani alapismeretek (Kutatásmódszertan tárgy).

5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> Az előadás zavartalan menete érdekében elvárt a pontos kezdés, az eszközpark biztosítása és a mobiltelefonok lehalkítása; a laptopok, táblagépek és egyéb okoseszközök használata csak jegyzetelés céljával engedélyezett.
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> A szeminárium sikeres elvégzésének kritériumait, a vizsgára jelentkezés feltételeit, az önálló munkák súlyát a végső értékelésben, a nagyobb feladatokat és a határidőket, illetve a kötelező szakirodalmi olvasmányokat az első szeminárium alkalmával a hallgatók és a

	<p>tantárgygazda közösen egyeztetik és rögzítik. Ezek a feltételek a félév végéig kötelező érvényűek maradnak;</p> <ul style="list-style-type: none"> • A szeminárium sikeres zárásához kötelező a csoportos munkák határidőre történő leadása és bemutatása; • A félév során leadott dolgozatoknak egyéni hozzájárulást kell tartalmazniuk. Plágium esetében a hallgató elveszíti a vizsgán és utóvizsgán való részvétel jogát, esetenként a kari tanács előterjeszhető az eltanácsolás javaslata; • A szerkesztésnek a standard formátumot kell követnie: A4-es oldalbeállítás, 12 betűméret, Times New Roman betűtípus, 2,5 cm-s (1 hüvelyk) margókeret, 1.5 sorköz. sorkizárt szövegelrendezés. A leadott állományok elnevezése a következő struktúrát követi: csapattagok családnévei_évszám (pl. Ambrus_Balázs_Ceglédi_Demeter_2017.pdf) • A csoportos feladatok leadása elektronikus úton történik. A szöveges állományok esetében elfogadott formátumok: pdf; a prezentációk esetében elfogadott formátumok: ppt, pdf, prezi. • A csoportos projektek bemutatása során szükséges minden csapattag részvétele és arányos felszólalása. Ellenkező esetben pontlevonás jár minden hiányzó csapattag után. • Az évközi parciális vizsgán és a záró szóbeli vizsgán mindenféle segédeszköz használata tilos.
--	---

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • C1. Az információ- és kommunikációtudományok területéhez kapcsolódó szaknyelv és a szakmai ismeretek elsajátítása; • C2. A korszerű információszerzési és kommunikációs módszerek ismerete és használata, beleértve a new media eszközeit is; • C3. A kommunikációban részt vevő felek és célcsoportok ismerete; • C4. Egy közkapcsolati / reklámkommunikációs termék előállítása és promoválása, közepes komplexitású kommunikációs kampányok megtervezése és lebonyolítása;
Transzverzális kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • CT2. Multidiszciplináris munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása, a csoporton belüli szerepek megfelelő munkavégzés; • CT3 Az egyéni szakmai fejlődés tényszerű felmérése, a munkaerőpiacra való belépés és az elvárásoknak megfelelő fejlődés érdekében;

7. A tantárgy célkitűzései (az elsajátítandó jellemző kompetenciák alapján)

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	A féléves tárgy célja megismertetni a diákokkal a közkapcsolatok (PR) alapfogalmait, a PR tervek elkészítésének menetét, a PR célcsoportok rendszerét és a legfontosabb célcsoport-bontási lehetőségeket, a PR belső- és külső kommunikációs eszközeit.
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> • A tárgy célja, hogy a diákok megalapozzák a PR-al kapcsolatos ismereteiket, amelyekre további tantárgyak épülnek (pl. Médiakapcsolatok, Reklám-, Kampánykommunikáció) • A gyakorlati foglalkozások során a diákok megismerkednek a PR brief és PR terv készítésének módszerével. A diákok az általuk készített PR briefek alapján dolgoznak ki PR terveket, ezzel szimulálva az ügynökségi munkák menetét. • A PR tervek elkészítése egyaránt lehetőséget teremt a kiscsoportos

	<p>munkavégzésre, a csapatkooperációra, valamint a kreatív munkára.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A PR olvasmányok jegyzetelése és bemutatása során a diákok nemzetközi szakirodalmat olvasnak és megismerkednek a PR specifikus kutatások szerkezetével, lehetőségeivel.
--	---

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. PR bevezető	interaktív előadás;	tantárgyi elvárások; interaktív PR foglalkozás;
2. PR alapfogalmak	Vetített, interaktív előadás;	
3. PR történet és meghatározások	Vetített, interaktív előadás;	
4. PR terv	Vetített, interaktív előadás;	
5. PR fogalom keretbehelyezés	Vetített, interaktív előadás;	
6. PR célcsoportok	Vetített, interaktív előadás;	
7. PR célcsoportok	Vetített, interaktív előadás;	
8. Parciális vizsga	Vetített, interaktív előadás;	
9. Arculat, identitás és imázs	Vetített, interaktív előadás;	
10. PR és belső kommunikáció	Vetített, interaktív előadás;	
11. Belső kommunikáció és employer branding	Vetített, interaktív előadás;	
12. PR és CSR kommunikáció	Vetített, interaktív előadás;	
13. PR és CSR esettanulmányok	Vetített, interaktív előadás;	
14. Kríziskommunikáció	Vetített, interaktív előadás;	

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. PR brief szerkesztése	Kiscsoportos foglalkozás	
2. PR brief sorsolás és PR terv alapok	Kiscsoportos foglalkozás	
3. PR olvasmányok és PR terv bemutató	Kiscsoportos foglalkozás	
4. PR olvasmányok és PR terv bemutató	Kiscsoportos foglalkozás	
5. PR olvasmányok és PR terv bemutató	Kiscsoportos foglalkozás	
6. PR olvasmányok és PR terv bemutató	Kiscsoportos foglalkozás	
7. Zárás és értékelés, PR tervek összegzése	Kiscsoportos foglalkozás	

Bibliográfia

BARROW, Simon – Mosley, Richard (2005): *The Employer Brand. Bringing the best of Brand Management to People at work*. New Jersey: John Wiley & Sons.
7. Business Case, pp. 69-85.

GREGORY, Anne (2010): *Planning and Managing Public Relations Campaigns. A Strategic Approach*. Third Edition. London: Kogan Page.
2. Public Relations in context, pp. 22-35.
3. Starting the planning process, pp. 35-47.
6. Knowing the publics and messages, pp. 97-117.

KOTLER, Philip – LEE, Nancy (2004): *Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons.
1. The Case for Doing at Least Some Good, pp. 1-21.

SCOTT, M. David (2011): *The New Rules of Marketing and PR. How to use Social Media, Online video, Mobile applications, Blogs, News releases and Viral marketing to Reach Buyers Directly*. Third edition. New Jersey: John Wiley & Sons.
1. The Old Rules of Marketing and PR, the New Rules of Marketing and PR, pp. 3-25.
11. You are what you publish: building your marketing and PR plan, pp. 137-169.

SMITH, Lyn – MOUNTER, Pamela (2008): *Effective Internal Communication*. Second Edition. London: Kogan Page.
1. What is internal communication? pp. 9-17.
8. The channels, vehicles and activities, pp. 79-93.

SÓS Péter János (2015): *A Public Relations elmélete és gyakorlata*. Budapest: MPRSZ.

TENCH, Ralph – YEOMANS, Liz (2009): *Exploring Public Relations*. Second edition. Harlow: Pearson.
12. Corporate image, reputation and identity, pp. 237-252.

TÖRŐCSIK Mária (2017): *Fogyasztói magatartás. Insight, trendek, vásárlók*. Marketing sorozat. Budapest: Akadémiai Kiadó.
5. Fogyasztás és kategóriái, pp. 101-113.
9. Generációs marketing, pp. 175-192.

WILCOX, Dennis – CAMERON, Glen – REBER, Bryan (2015): *Public Relations. Strategies and Tactics*. Eleventh Edition. Harlow: Pearson.

10. Conflict management and crisis communication, pp. 274-303.
13. Internet and Social Media: Role and Scope in Public Relations, pp. 357-389.

9. Az episztemikus közösségek képviselői, a szakmai egyesületek és a szakterület reprezentatív munkáltatói elvárásainak összhangba hozása a tantárgy tartalmával.

- A tárgy felépítése és tartalma figyelembe veszi a szakmai szövetségek ajánlásait, a piaci helyzetet és a változásokat.

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
szemináriumi tevékenység	PR brief + feedback (10%) PR olvasmány (10%) PR terv (20%)	elküldött állományok és a szemináriumi bemutatások értékelése alapján	40%
parciális vizsga	kulcsfogalmak, tételkérdések, kreatív tétel	írásbeli vizsga az első hét előadás anyagából	20%
záróvizsga	két kihúzott tétel kidolgozása és ismertetése	szóbeli vizsga az előadások és az olvasmányok anyagából	40%
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
<ul style="list-style-type: none">• A szemináriumi részvételi arány az érvényes szabályozások értelmében min. 70%• A tantárgyi értékelés minden szakaszán a legalább 50%-os teljesítmény elérése			

Kitöltés dátuma
2018.09.30.

Előadás felelőse
Benedek István, tanársegéd

Szeminárium felelőse
Benedek István, tanársegéd

Az intézeti jóváhagyás dátuma
2018.10.01.

Intézetigazgató
dr. Hosu Ioan, egyetemi tanár