

## A TANTÁRGY ADATLAPJA

### 1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	BABEŞ–BOLYAI TUDOMÁNYEGYETEM
1.2 Kar	POLITIKAI-, ÁLLAMIGAZGATÁS- ÉS KOMMUNIKÁCIÓTUDOMÁNYI KAR
1.3 Intézet	ÚJSÁGÍRÁS ÉS DIGITÁLIS MÉDIA
1.4 Szakterület	KOMMUNIKÁCIÓTUDOMÁNY
1.5 Képzési szint	ALAPKÉZPÉS
1.6 Szak / Képesítés	DIGITÁLIS MÉDIA

### 2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	SAJTÓKAPCSOLATOK						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	Dr. Rácz Éva						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	Dr. Rácz Éva						
2.4 Tanulmányi év	3	2.5 Félév	I.	2.6. Értékelés módja	Koll.	2.7 Tantárgy típusa	Kötelező

### 3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszama)

3.1 Heti óraszám	3	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	1
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	42	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	14
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					6
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					9
Vizsgák					1
Más tevékenységek: .....					
3.7 Egyéni munka össz-óraszama	33				
3.8 A félév össz-óraszama	100				
3.9 Kreditszám	4				

### 4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bevezetés a médiatudományokba, Televíziós újságírás, Rádiós Újságírás, Online Újságírás, Sajtófotó</li> </ul>
4.2 Kompetenciabeli	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>

### 5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tanterem, laptop, videoprojektor, hangszórók / Hozzáférés szinkron audio-videó kommunikációs platformhoz képernyő megosztással</li> </ul>
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tanterem, laptop, videoprojektor, hangszórók / Hozzáférés szinkron audio-videó kommunikációs platformhoz képernyő megosztással</li> </ul>

## 6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

<b>Szakmai kompetenciák</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A kommunikációtudományok nyelvezetének, módszereinek és szaktudásának azonosítása és használata.</li> <li>- A kommunikációban részt vevő közönség/közösség különböző típusainak ismerete</li> <li>- Az újságírói etika és a társadalmi felelősségvállalás konkrét elemeinek azonosítása és alkalmazása.</li> <li>- A sajtóinformációk kezelése</li> </ul>
<b>Transzverzális kompetenciák</b>	A szakképzés szükségességének önértékelése a munkaerő-piaci integráció és a munkaerő-piaci követelményekhez való alkalmazkodás céljából.

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

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	<ul style="list-style-type: none"> <li>• - A hallgató kompetenciájának biztosítása a médiával való kommunikáció sajátosságainak ismeretében</li> </ul>
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> <li>• - A hallgató jártasságának biztosítása a médiakommunikációra és a PR-ra jellemző kifejezésekben.</li> <li>• - Annak biztosítása, hogy a hallgató képes legyen azonosítani a közönségkategóriákat és meghatározni az optimális üzenetet mindegyikhez.</li> <li>• - Annak biztosítása, hogy a hallgató képes legyen tiszteletben tartani a szakmai kommunikáció területére jellemző etikai szabályokat.</li> </ul>

## 8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. A kurzus felépítésének, a vizsgamódszer és a szakirodalmi ajánlások bemutatása.  Speciális terminológia és a fogalmak elhatárolása.	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	
2. Szakmai média és kommunikációs iparág - elemzés (számok, költségvetések, intézményi kapcsolatok, stratégiák stb.)	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	
3. Média közönségsegmensek - közönség- és médiafogyasztási tanulmányok.	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	
4. Különböző üzenetek és médiumok - a termelés, a terjesztés és a fogyasztás sajátosságai.	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	
5. A kommunikátorok, a sajtó és a hatóságok közötti kapcsolat - 544/2001. sz. törvény a közérdekű információkhoz való szabad hozzáférésről.  Esettanulmányok.	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	

6. Sajtóiroda/Kommunikációs osztály - struktúra, szervezet, csapat, küldetés és konkrét tevékenységek.	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	
7. Sajtóközlemény - előállítási szakaszok, terjesztés, tipológiák stb.	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	
8. Sajtókonferencia - a szervezés lépései, helyszín, dátum, időpont; az esemény felépítése; értékelés.	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	
9. Sajtóanyag és sajtószemle - struktúra, szerep.	szemléltető előadás	
10. Válságkommunikáció - a válsághelyzetek tipológiája; konkrét válságkommunikációs stratégiák; a válságkommunikáció szakaszai stb.	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	
11. Egy intézmény/projekt online nyilvános kommunikációs platformjai stb. Tartalomfejlesztés.	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	
12. Médiakommunikáció az online környezetben - az üzenetek előállításával, terjesztésével, a közönség szegmensével és fogyasztásával kapcsolatos trendek és jellemzők.	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	
13. PR-kampány - a problémák meghatározása; a helyzet elemzése; a célok meghatározása; a különböző célcsoportok azonosítása; stratégiák meghatározása; az ütemterv meghatározása; a költségvetés meghatározása és értékelési eljárások kidolgozása.	szemléltető előadás, megbeszélés példák alapján	
14. Digitális innováció a nyilvános kommunikációban.	Esettanulmány, megbeszélés példák alapján	

#### Könyvészet

- A Responsible Press Office In The Digital Age (A Handbook)  
<https://static.america.gov/uploads/sites/8/2016/06/A-Responsible-Press-Office-in-the-Digital-Age-Handbook-Series-English-508.pdf>
- Abric, Jean-Claude, *Psihologia comunicării*, Iași, Polirom, 2002
- Chelcea, Septimiu, *Comunicarea nonverbală în spațiul public*, București, Tritonic, 2004
- Coman, Cristina, *Comunicarea de criza. Tehnici și strategii*, Ed. Polirom, Iași, 2009.
- Coman, Cristina, *Relațiile publice – principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
- Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass media*, Editura Polirom, Iași, 2004.
- Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2007.
- David, George, *Tehnici de relatii publice, Comunicarea cu mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2008.
- Defleur, L., Melvin; Ball-Rokeach, Sandra, *Teorii ale comunicării de masă*; Editura Polirom, Iași, 1999.
- Digital News Report <http://www.digitalnewsreport.org/>
- Ghid de comunicare cu media A Handbook Media Relations (editat de UNESCO)/  
[http://portal.unesco.org/en/files/16819/10666628213Media-guide\\_maq.pdf/Media-guide\\_maq.pdf#page=1&zoom=100,-283,603](http://portal.unesco.org/en/files/16819/10666628213Media-guide_maq.pdf/Media-guide_maq.pdf#page=1&zoom=100,-283,603)
- Marinescu, Paul, *Managementul instituțiilor de presă din România. Teorie, practică și studii de caz*, Editura Polirom, Iași, 1999

- Oliver, Sandra, *Strategii de relatii publice*, Editura Polirom, Iasi, 2009.
- Prutianu, Ștefan, *Antrenamentul abilităților de comunicare*, Iași, Polirom, 2005.
- Rogojinaru, Adela, *Relatii publice – fundamenete interdisciplinare*, Ed. Tritonic, 2010
- Van Cuilenburg, J.J.; Scholten, O.; Noomen, G.W., *Știința comunicării*, Editura Humanitas, București, 1991.

Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr, *Perspective asupra Teoriilor Comunicării de Masă*, Editura Polirom, Iași, 2004.

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. A megfelelő médiumok meghatározása a nyilvános kommunikációs kampányokban	Alkalmazott példák	A következő szemináriumon a hallgatóknak ki kell választaniuk egy kommunikációs kampányt, és meg kell határozniuk a célközönséget.
2. A sajtóközlemény	Példák, elemzés	Sajtóközlemény írása és bemutatása.
3. A sajtótájékoztató 1.	Példák, elemzés	Sajtótájékoztató szervezése
4. A sajtótájékoztató 2.	Példák, elemzés	Sajtótájékoztató szervezése
5. Kríziskommunikáció 1.	Példák, elemzés	A hallgatói projektek bemutatása és megbeszélése
6. Kríziskommunikáció 2.	Példák, elemzés	A hallgatói projektek bemutatása és megbeszélése
7. Digitális innovációk a médiakommunikációban	Példák, elemzés	A hallgatói projektek bemutatása és megbeszélése

#### Könyvészet

- Coman, Cristina, *Comunicarea de criza. Tehnici si strategii*, Ed. Polirom, Iasi, 2009.
- Coman, Cristina, *Relațiile publice – principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
- Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass media*, Editura Polirom, Iași, 2004.
- David, George, *Tehnici de relatii publice, Comunicarea cu mass-media*, Editura Polirom, Iasi, 2008.

Oliver, Sandra, *Strategii de relatii publice*, Editura Polirom, Iasi, 2009.

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

- - Az oktató elméleti tartalom, valamint a kurzus és a szeminárium követelményei összhangban vannak a professzionális médiakommunikáció aktuális követelményeivel.

## 10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.4 Előadás	Írásbeli számonkérés	vizsga	6 pont
10.5 Szeminárium / Labor	Szemináriumi projektek értékelése	Három projekt - a félév során elvégzett tevékenység értékelése	2 pont
			1 pont hivatalból
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
1 pont megszerzése a vizsgán, ha a hallgató maximális pontszámot ért el a szemináriumon.			

Kitöltés dátuma

16.05.2022

Előadás felelőse

dr. Rác Éva



Szeminárium felelőse

Az intézeti jóváhagyás dátuma

30.05.2022.

Intézetigazgató

Conf. Dr. Radu Meza

