

A kurzusról

- Előadásszerű - Aktív–interaktív
- Vendégek
- FÉLÉVZÁRÁS:
- **Aláírás:** részvétel 50% = 5
- **gyakorlati jegy**
 - ZH
 - beadvány + prezentáció
 - tesztek
 - Pályázat (Bács-Kiskun-Megye imázsa – értékelés/imázs-márkaépítés)
- Ösztöndíj+





Public Relations „általában”

- Egy szervezet kommunikációjának egyik szervezési módja.
- Központban: imázsépítés, a HÍRNÉV menedzselése,
- Egyének, szervezetek és környezetük közötti – kölcsönös előnyökön alapuló – kommunikációs kapcsolatok alakítása.
- Kommunikációs kapcsolatok elemzése, programok tervezése, szervezése, kivitelezése, értékelése.
- Tudomány – gyakorlati tevékenység

A PR célrendszere

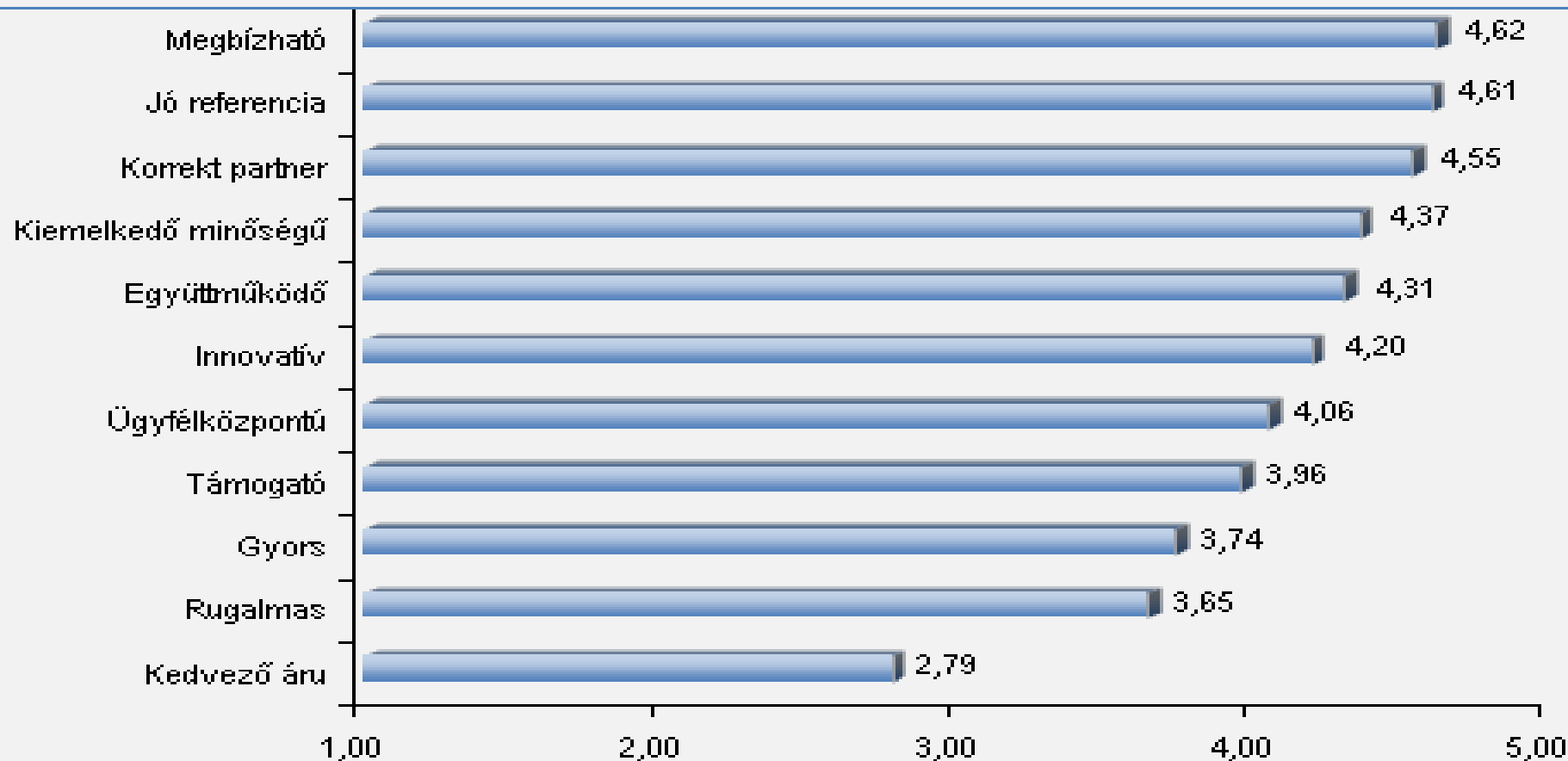
- Megértés
- Bizalom
- Támogatás
- Együttműködési
készség
- Konszenzus
- ...



Február 12.	PR szakma alapfogalmai, területei, operatív feladatai, vállalati hierarchiákban való elhelyezkedése, fejlődése, eltérő megközelítései
Február 19.	Hírnév, image, arculat, márka összefüggései, építése, mérése
Február 26.	Belső PR és eszközei - Employer branding
Március 5.	Média, sajtókapcsolat kialakítása, eszközei
Március 12.	PR kiadványok, produktumok
Március 19.	Szponzorálás és mecenatúra kérdései - CSR és PR közös aspektusai
Március 26.	Issue Management, öko-kommunikáció
Április 2.	oktatási szünet
Április 9.	Public Affairs és lobbizás
Április 16.	Válságkommunikáció elemei
Április 23.	Események-rendezvények, mint PR eszközök,
Április 30.	oktatási szünet
Május 7.	ZH – összefoglaló, trendek

Milyen cég ez?

Imázsprofil [abszolút értékek alapján]



Bázis: Az összes jelenlegi ügyfél közül a kérdésre válaszolók

PR definíciók - értelmezések

Pietro Sohrmann: „tény jót és beszélj róla” 90/10

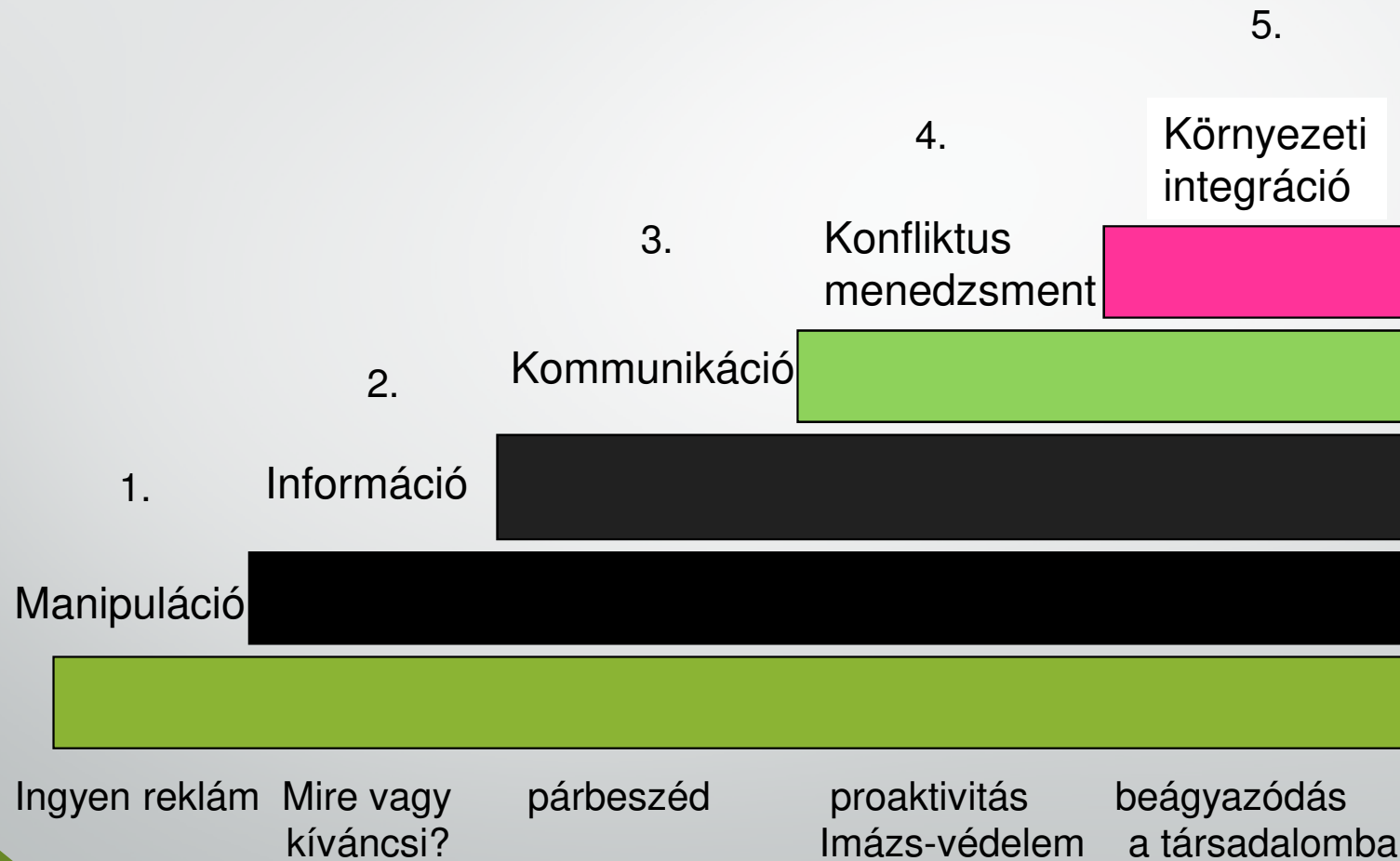
Bernays: „nagyközönség tájékoztatása, meggyőzése, hogy magatartását és cselekvését az előre kitűzött cél szerint módosítsa, egy szervezet arra irányuló erőfeszítése, hogy hasson a nagyközönségre, hogy az ennek reakciójaként megnyilvánuló visszahatás érdekeinek megfeleljen”

Black: a PR gyakorlata tervszerű és hosszan tartó erőfeszítés azért, hogy felépítsük és fenntartsuk a jóakaratot és a kölcsönös megértést egy szervezet és környezete között.

Mi a PR? Viszonyok?



PR-fejlődés – „Bogner-lépcső”





PR kompetencia és tevékenységterületek

- **belső:** vezető-alkalmazotti, vezető-vezető, alkalmazotti-alkalmazotti, vezető-érdekképviselői, tulajdonosi-vezetői, belső szervezeti, Munkaerő-toborzás és beillesztés, Human Relations – személyes kapcsolatok,
- **Külső:** termék-, közügyek-public affairs, kormányzati kapcsolatok, önkormányzati kapcsolatok, civilszféra k., társadalmi ügyek kezelése, ügyfélkap., kisebbségi kap., ágazati kapcsolatok, szakmai kapcsolatok, pénzügyi kap., befektetői kapcs., részvényesi kapcsolat, médiakapcs., kiadói-szerkesztői kapcsolatok, újságírói kapcs., válságkommunikáció,

Hírnév

- Annak eredménye, amit teszel, amit mondasz és amit mások mondanak rólad.
- A PR munkafolyamata tervszerű és hosszan tartó erőfeszítés azért, hogy egy szervezet és környezete közötti jóakaratot és kölcsönös megértést építsünk ki és tartsunk fenn.
- A PR a hírnevet gondozza azzal a céllal, hogy megértést és támogatást nyerjen és befolyásolja a véleményt és a viselkedést.

MPRSZ – agárdi nyilatkozat

- a PR a hírnév gondozásának szakterülete, a **hírnévről** szól, amely annak az eredménye, amit teszel, amit mondasz és amit mások mondanak rólad. A PR tevékenység az a tudományterület, amely a hírnevet gondozza azzal a céllal, hogy **megértést és támogatást** nyerjen, és befolyásolja a véleményt és a viselkedést. A PR munkafolyamata tervszerű és hosszan tartó erőfeszítés azért, hogy egy szervezet és környezete közötti jóakaratot és kölcsönös megértést építsünk ki és tartsunk fenn.
- CERP ajánlás: a PR a **kommunikáció tudatos szervezése**, menedzsmenti, irányítási tevékenység. Célja elérni az egyének, a szervezetek és környezetük közötti kölcsönös előnyökön alapuló **kapcsolatokat**, a kétirányú kommunikáció útján.



Köszönöm a figyelmet

piskoti.istvan@gamf.uni-neumann.hu

www.piskotiistvan.hu