

GAZDÁLKODÁSI ÉS MENEDZSMENT ALAPSZAK
ÜZLETI KOMMUNIKÁCIÓ FŐSZAKIRÁNY
KOMPLEX ZÁRÓVIZSGA TÉTELEK
A. TÉTELEK

A tételek kidolgozhatóak a vonatkozó tantárgyi előadások anyagaiból, valamint a megjelölt szakirodalmakból.

- 1. A kommunikáció fogalma és megközelítési lehetőségei. A kommunikáció axiómái. A kommunikációs folyamat sajátosságai, csatornái és elemei. A kommunikáció szintjei.**
 - Borgulya Ágnes – Somogyvári Márta (2009): *Kommunikáció az üzleti világban*. Budapest, Akadémiai, 1. fejezet.
 - Rosengren, Karl Erik (2004): *Kommunikáció*. Budapest, Typotex, 1. és 2. fejezet.
- 2. Az interperszonális kommunikáció jellegzetességei és a személyközi interakciók esetében felmerülő kommunikációs csapdák, akadályok és problémák. A személyközi kommunikáció hatékonysága: megértés és elfogadás. A meggyőzés folyamata, az érvelés és a vita.**
 - Hofmeister-Tóth Ágnes – Mitev Ariel Zoltán (2007): *Üzleti kommunikáció és tárgyalástechnika*. Budapest, Akadémiai, 115–135. old.
 - Rosengren, Karl Erik (2004): *Kommunikáció*. Budapest, Typotex, 4. fejezet.
- 3. A kommunikáció nyelvi és nem nyelvi kifejezőeszközei. A nyilvános beszéd, a közszereplés nyelvi, stilisztikai és viselkedésbeli kritériumai. Az aktív odafigyelés és az asszertív kommunikáció.**
 - Hofmeister-Tóth Ágnes – Mitev Ariel Zoltán (2007): *Üzleti kommunikáció és tárgyalástechnika*. Budapest, Akadémiai, 31–44. old., valamint 2. és 3. fejezet.
 - Katona Mária – Szabó Csaba (2006): *Kommunikáció – üzleti kommunikáció*. Budapest, Képzőművészeti, 3. fejezet.
- 4. A konfliktusok formái, kezelésük egyéni és szervezeti szinten. Konfliktuskezelési stratégiák. A kríziskommunikáció fogalma és legfontosabb szabályai.**
 - Hofmeister-Tóth Ágnes – Mitev Ariel Zoltán (2007): *Üzleti kommunikáció és tárgyalástechnika*. Budapest, Akadémiai, 176–201. old.
 - Katona Mária – Szabó Csaba (2006): *Kommunikáció – üzleti kommunikáció*. Budapest, Képzőművészeti, 8. fejezet.
- 5. A szervezeti struktúra és a szervezeti kommunikáció kapcsolata. A szervezetek belső és külső kommunikációjának jellemzői. A szervezeti kommunikáció működésének leggyakoribb hibái.**
 - Barát Tamás (2001): *A bizalom tolmácsai*. Budapest, Medipen, VI. fejezet.
 - Barát Tamás (2005): *Public relations munkafüzet*. Budapest, ÁVF, 54–59. old.
- 6. Kulturális különbségek szerepe a szervezetek működésében. Az interkulturális kommunikációval foglalkozó legfontosabb modellek (Hofstede, Hall).**
 - Csath Magdolna (2008): *Interkulturális menedzsment*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, 1., 2. és 3. fejezet.
 - Róka Jolán – Hocheil, Sandra (szerk.) (2009): *Interkulturális és nemzetközi kommunikáció a globalizálódó világban*. Budapest, BKÜF, 48–85. old., 159–175. old.

7. **Az üzleti tárgyalás típusai. A sikeres tárgyalás feltételei. A tárgyalás folyamata. Alapvető viselkedési szabályok és szerepük az üzleti életben.**
- Hofmeister-Tóth Ágnes – Mitev Ariel Zoltán (2007): *Üzleti kommunikáció és tárgyalástechnika*. Budapest, Akadémiai, 150–175. old., 202–310. old.
 - Pálincás Jenő (2001): *Üzleti kommunikáció*. Budapest, LSI Informatikai Oktatóközpont, 205–232. old.
8. **A rendezvények fajtái. Rendezvények szervezésének folyamata, az egyes szervezési szakaszok jellemzői. A protokoll alapfogalmai.**
- Arany Edit – Hajnal Tamás – Körössy Zoltán – Nagy Gábor – Novák László – Novák Zsuzsa – Tomecskó Erika (2002): *Üzleti rendezvényszervezés*. Budapest, B+V Kiadó, 37–95. old.
 - Borgulya Ágnes – Somogyvári Márta (2009): *Kommunikáció az üzleti világban*. Budapest, Akadémiai, 11. fejezet.
9. **A public relations helye és szerepe a szervezetek életében. A szervezeti kultúra fogalma és jellemzői, hatása a szervezeti működésre.**
- Barát Tamás (2001): *A bizalom tolmácsai*. Budapest, Medipen, II. és III. fejezet.
 - Barát Tamás (2005): *Public relations munkafüzet*. Budapest, ÁVF, 4–42. old.
10. **Az image, a szervezeti és termékarculat. A Corporate Identity jelentése és összetevői. A public relations legfontosabb eszközei, módszerei.**
- Barát Tamás (2001): *A bizalom tolmácsai*. Budapest, Medipen, VII. és X. fejezet.
 - Barát Tamás (2005): *Public relations munkafüzet*. Budapest, ÁVF, 65–75. old., 82–89. old.
11. **A médiával való kapcsolattartás szerepe a szervezetek életében. A PR tevékenység sajtóval kapcsolatos feladatai: sajtólista, sajtófigyelés, sajtóközpont, sajtótalálkozók, sajtókonferencia.**
- Barát Tamás (2005): *Public relations munkafüzet*. Budapest, ÁVF, 76–77. old.
 - <http://epredu.pbworks.com/>: A sajtó műfajai és a hírek
12. **A tömegkommunikáció és tömegkultúra. A média mint hatalmi tényező. A tömegkommunikáció műfajai. A társadalmi nyilvánosság fogalma.**
- Bajomi-Lázár Péter (2001): *Média, hatalom*. Médiakutató, 2001/tavaszi, 61–72. old.
 - McQuail, Denis (2003): *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest, Osiris, 12–108. old., 129–146. old.
 - Habermas, Jürgen (1999): *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Budapest, Osiris, előszó, 1., 2., 4. és 6. fejezet.
13. **Sajtműfajok osztályozása. A hír és hírérték fogalma. A szerzői jog legfontosabb szabályai.**
- Bernáth László (2002): *Új műfajismeret*. Budapest, Sajtóház. (Az egyes műfajok, ill. a hír és hírérték definíciója.)
 - McQuail, Denis (2003): *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest, Osiris, 288–308. old.
 - Gálik Mihály – Polyák Gábor (2005): *Médiaszabályozás*. Budapest, KJK, 229–250. old.
 - Gyertyánfy Péter (2002): *A szerzői jogi jogharmonizáció eredménye az EU-ban*. Forrás: www.artisjus/gyertyanfy (A 2.4. alcímtől a 2.8 alcímig.)
14. **Az internet mint a legújabb tömegmédiium. Az internetes kommunikáció alapfogalmai és jellemzői. Az „e-pr” fogalma és szerepe a szervezetek kommunikációjában.**
- McQuail, Denis (2003): *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest, Osiris, 109–128. old.
 - <http://epredu.pbworks.com/>

- 15. A tömegmédiák működésének jogi szabályozása az Európai Unióban és Magyarországon.**
- 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról
 - 2010. évi CIV. törvény a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól
 - 2008. évi XLVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól
 - Közzolgálati Kódex, a Magyar Nemzeti Közzolgálati Médiaszolgáltatás alapdokumentuma
 - AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS 2010/13/EU IRÁNYELVE (2010. március 10.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv)
 - A média koncentrációja és pluralizmusa az Európai Unióban. Az Európai Parlament 2008. szeptember 25-i állásfoglalása az Európai Unión belüli mediakoncentrációról és -pluralizmusról (2007/2253[INI])
 - AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS AJÁNLÁSA (2006. december 20.) a kiskorúak és az emberi méltóság védelméről és a válaszadás jogáról az európai audiovizuális és on-line információs szolgáltatási ipar versenyképességével összefüggésben (2006/952/EK)
 - 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartásról és a versenykorlátozás tilalmáról
- 16. A reklámtevékenységet érintő legfontosabb jogszabályok. A fogyasztóvédelem alapfogalmai és alapintézményei.**
- 2008. évi XLVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól
 - 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról
 - Fogyasztóvédelmi törvény (1997. évi CLV. törvény)
 - 2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről
 - 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról
 - MEH fogyasztóvédelmi jogszabályok
- 17. Reklámcsatornák és reklámeszközök. Kreatív stratégia és kreatív tervezés a reklámban.**
- Incze Kinga – Péntes Anna (2006): *A reklám helye 2.0 A hatékony médiatervezés és -vásárlás kézikönyve*. Budapest, Mrs.White Media Consulting Kft. – MediaSpirit Consulting Kft., 87–170. old., 191–239. old.
 - Fazekas Ildikó – Harsányi Dávid (2000): *Marketingkommunikáció*. Budapest, Szókratész Külgazdasági Akadémia, 81–240. old.
- 18. A marketing- és reklámügynökségek típusai és feladataik bemutatása. A szervezetek kapcsolattartása az ügynökségekkel.**
- Incze Kinga – Péntes Anna (2006): *A reklám helye 2.0 A hatékony médiatervezés és -vásárlás kézikönyve*. Budapest, Mrs.White Media Consulting Kft. – MediaSpirit Consulting Kft., 241–295. old.
- 19. A médiatervezés fogalma és eszközrendszere. Alapvető médiahatékonysági mutatók bemutatása.**
- Incze Kinga – Péntes Anna (2006): *A reklám helye 2.0 A hatékony médiatervezés és -vásárlás kézikönyve*. Budapest, Mrs.White Media Consulting Kft. – MediaSpirit Consulting Kft., 173–189. old., 191–239. old.
 - Fazekas Ildikó – Harsányi Dávid (2000): *Marketingkommunikáció*. Budapest, Szókratész Külgazdasági Akadémia, 315–340. old.
- 20. A közvélemény-kutatás alapvető módszerei; médiakutatás, médiaanalízis, médiaaudit.**
- Hoffmann Márta – Kozák Ákos – Veres Zoltán (2009): *Bevezetés a piackutatásba*. Budapest, Akadémiai. (A korábbi kiadások is megfelelőek.)
 - Magyar Terjesztésellenőrző Szövetség honlapja: <http://www.matesz.hu>
 - Ipsos médiakutatás: <http://www.ipsos.hu/site/mediakutatasi-termekek/>