**Marketing és PR a felnőttoktatásban - MAD1222L**

**LEVELEZŐ TAGOZAT**

**Tantárgyi tematika és félévi követelményrendszer**

**Féléves tematika:**

1. A tantárgy gyakorlatorientáltan és elméleti megalapozottsággal mutatja be a marketing azon sajátosságait, amely az alap marketing ismereteken túl egy speciális ismeretkört jelent. A képzés során a szolgáltatásmarketing specifikumaival ismerkednek a hallgatók. A szolgáltatás, így az oktatás jellemzőiről, marketing sajátosságairól hallgatnak előadást.
2. A HIPI-elv alkalmazása, valamint az esettanulmányok jól megvilágítják a lényeget és kellő elméleti ismeretanyagot feltételeznek. Jógyakorlatok. Prezentációk.
3. A félév második részében a nonprofit szektor sajátosságain túl a public relations ismeretek andragógiai szektorra vonatkozó ismeretanyagát kapják meg a hallgatók. Esettanulmányok és tréningjellegű feladatok elvégzésére is sor kerül. konzultáció konzultáció

**A foglalkozásokon történő részvétel:**

Az előadások a képzés szerves részét képezik, így az Intézmény a hallgatóktól elvárja a részvételt az előadásokon (TVSz 8.§ 1.)

**Félévi követelmény: kollokvium**

**Az értékelés módja, ütemezése:**

* vizsga típusa: kollokvium
* vizsgára bocsátás feltétele: 1 db. prezentáció és háttéranyag elkészítése és bemutatása.

***A vizsgára bocsátás feltétele***:

A prezentáció elégtelen bemutatása, vagy a határidő be nem tartása, a formai és tartalmi követelmények mellőzése a tantárgy félévi érvénytelenségét vonja maga után.

***A kollokvium típusa***:

Írásbeli/szóbeli vizsga anyaga: A kiadott tételsor alapján, a kötelező irodalom fő fejezetei alapján, illetve a konzultációk során elhangzott előadásanyag és jógyakorlatok alapján.

**Az érdemjegy kialakításának módja:**

Az érdemjegyet a prezentáció és az írásbeli dolgozat számtani átlag határozza meg. Az elégtelen prezentáció részeredmény kizárja az írásbeli/szóbeli vizsga megkezdésének lehetőségét.