

# **Miért fontos, hogy lássanak engem?**

Hogyan mutassam meg magam?

Disszeminációs műhely Erasmus+  
projekteknek

Tempus Közalapítvány

**Dr. Kuráth Gabriella**

**Pécsi Tudományegyetem**

# Miért?

Kötelező - vállaltuk

Lehetőség, hogy megmutassam magam,  
az eredményeim

1. Információnyújtás a pályázatról, az intézményről, a képzésről
2. Az intézményről kialakult kép fenntartása vagy javítása
3. Vonzerő gyakorlása a leendő tanulókra, a felvételi és beiratkozási szándékok bátorítása
4. A végzettek lojalitásának és támogatásának kialakítása
5. Az intézményről szóló helytelen vagy tökéletlen információk korrigálása, stb.

# Miről?

1. Támogatott projekt
2. Szervezet
3. Személy

# Ki csinálja?

1. Kommunikációs szakember,  
ügynökség

## 2. Bárki?

- Egyén - csapat
- Mi kell hozzá? Szakmai tudás,  
hozzaállás, érzék?

**A KREATÍV INSPIRÁCIÓ**

# Mit?

1. Eredmények -  
statisztikai adatok  
-Érv - ellenérv

2. Személyes történet  
- Közelítés  
- Sikertörténet - kudarc történet  
(feloldás, tanulság)

<http://www.trendinspiracio.hu/kommunikacio/>

# Hogyan?

A cél

- az összhang,
- a harmónia,
- az egymásra épülés elérése,
- a pályázati és az intézményi célokat,
- specialitásokat figyelembe vevő
- értékalapú kommunikáció

Interakció – a partner közreműködése

Hitelesség – a megszólaló személy és a közvetítő média

Érzelmek...

# Tervezés – egy minta

Szakaszok	Rövid leírás
<b>1. CÉL</b>	A terv céljainak összefoglaló bemutatása, konkrét kommunikációs célok összefoglaló bemutatása
<b>2. CÉLKÖZÖNSÉG</b>	A célközönség meghatározása, főbb jellemzők, információs igények definiálása
<b>3. ARCULATI STANDARDOK</b>	Intézményi, pályázati alapstandardok, kötelező elemek, stílus meghatározása
<b>4. ÜZENET</b>	A célokkal összhangban a pályázati eredmények alapján a konkrét üzenet megfogalmazása
<b>5. MÉDIAMIX</b>	Főbb kommunikációs csatornák, belső és külső eszközök meghatározása, rövid leírása
<b>6. FELADATTERV, IDŐTERV, KÖLTSÉGTERV</b>	Részletes feladatléírás, időzítés, költségvetés készítése
<b>7. HATÉKONYSÁGMÉRÉS, VISSZACSATOLÁS</b>	A kommunikáció hatékonyság mérésére szolgáló módszerek, mutatók leírása, időzítése (kommunikáció előtt, alatt, után)

# Két kiemelt terület/1

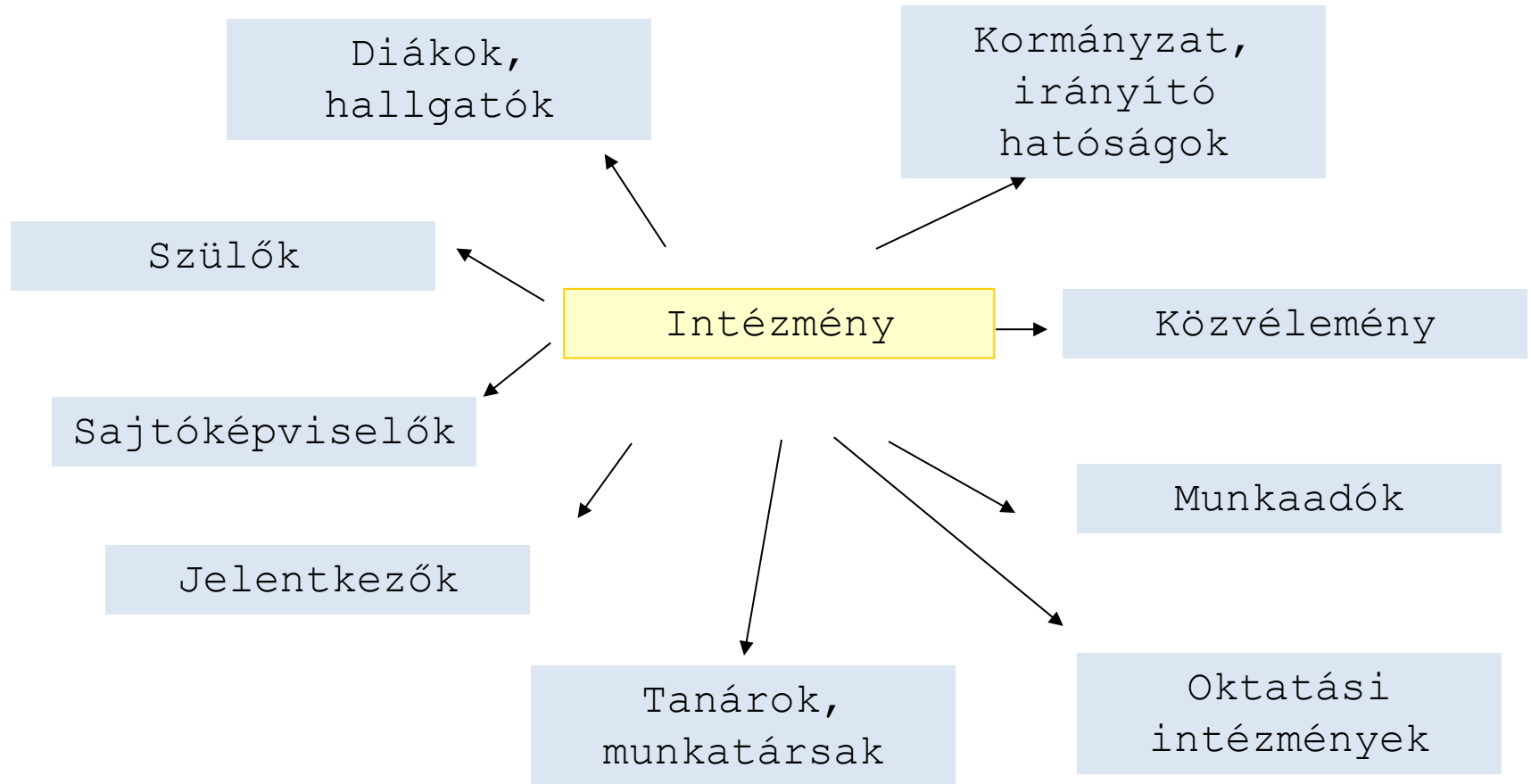
1. Kinek? Érdekeltek körének meghatározása, célcsoportok kijelölése, jellemzése

2. Milyen módon, milyen eszközzel?

Kommunikációs csatornák, eszközök kijelölése



# Egy intézmény kommunikációs mezője



# Generációk és kommunikáció

- Kutatások
- Konferenciák, szakmai fórumok
- Tanulmányok, könyvek

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.zgeneracio.hu/>. The browser's address bar and tabs are visible. The website's navigation menu includes: **PROJEKT**, **FLASH MOB**, **PORTRÉK**, **RENDEZVÉNYEK**, **TANULMÁNYOK**, and **PHD OLDAL**. A search bar is located on the right side of the navigation menu.

The main content area features a large teal banner with the title **EGY GENERÁCIÓ MÉDIAHASZNÁLATÁRÓL** and the subtitle **Társadalom- és médiatudományi megközelítések**. The banner includes several icons representing various media and communication technologies: a vinyl record, a headset, a computer monitor, a Wi-Fi symbol, a keyboard, a magnifying glass with a plus sign, a megaphone, a telephone handset, a video camera, a play button, a pause button, an envelope, a smartphone, a digital camera, a USB drive, and a computer mouse. The text on the banner specifies the event as a conference organized by the Society for Communication and Media Studies in the Cultural Quarter of Zsolnay Vilmos u. 16. (E25 building) on **2013. november 8-9.**

To the right of the banner, there is a list of articles. The first article is titled **EGY GENERÁCIÓ MÉDIAHASZNÁLATÁRÓL - TÁRSADALOM- ÉS MÉDIATUDOMÁNYI MEGKÖZELÍTÉSEK 2013. NOVEMBER 8-9.** and includes a small thumbnail image of a group of people. Below it, another article is partially visible with the same title and date.

# Két kiemelt terület/2

1. Kinek? Érdekeltek körének meghatározása, célcsoportok kijelölése, jellemzése

2. Milyen módon, milyen eszközzel?

Kommunikációs csatornák, eszközök kijelölése

# Kommunikációs lehetőségek

Eszközök	Belső	Külső
<b>Nyilvánosság köre</b>	belső nyilvánosság	teljes nyilvánosság
<b>Elsődleges cél</b>	Intézmény/projekt fejlesztése	a nyilvánosság tájékoztatása
<b>Főbb eszközök</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Összefoglaló, kutatási tanulmány, jó gyakorlatok gyűjteménye, oktatási segédanyagok</li> <li>2. Honlap, intranet - tartalommenedzsment</li> <li>3. Belső hírlevél, belső levelezőlisták, hírek</li> <li>4. Beltéri reklámeszközök, hirdetések</li> <li>5. Intézményi újság, televízió, rádió megjelenések</li> <li>6. Vezetői fórumokon prezentációk, beszámolók</li> <li>7. Szakmai workshop-ok, szakmai nap, műhelykonferencia</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nyomtatott és online tájékoztató kiadványok, szórólapok</li> <li>2. Online és nyomtatott hírlevél, névre szóló levél, levelezőlista</li> <li>3. Intézményi, projekt portál</li> <li>4. Közösségi média eszközök</li> <li>5. Újság, televízió, rádió, online hirdetések</li> <li>6. Kültéri reklámeszközök, hirdetések</li> <li>7. Sajtóanyagok, sajtóesemények</li> <li>8. Szakmai workshop-ok, napok, konferencia, zárókonferencia</li> <li>9. Diákrendezvények, hallgatói események</li> <li>10. További érintett partnerek számára találkozók, események</li> <li>11. Reklámtárgyak</li> </ol>

# Az eredmények hasznosítása

- 1. Intézmény** (intézményi hírnév, vonzerőfejlesztés, minőségfejlesztés, versenyképesség, képzésfejlesztés, beiskolázási tevékenység, kapcsolattartás erősödése, fejlesztése)
  - 2. Oktatási szereplők** (kapcsolatrendszer fejlesztése, stratégiai tervezés)
  - 3. Munkaerőpiac** (kapcsolatrendszer, tervezés)
  - 4. Diák, hallgatói csoportok** (intézményi kötődés kialakulása, erősödő alumni rendszerek)
  - 5. További érdekeltek** (kapcsolatok erősödése, társadalmi elfogadottság)
- + 1

+ 1 Workshop mottója: „Ha nem mutatom meg, amit csinálok, akkor az (majdnem) olyan, mintha nem is csinálnék semmit.”



Forrás: [http://www.innoteka.hu/cikk/fiatal\\_pr\\_es\\_marketing\\_iparag\\_a\\_diszeminacio.98.html](http://www.innoteka.hu/cikk/fiatal_pr_es_marketing_iparag_a_diszeminacio.98.html)

Köszönöm a figyelmet!

[kurath.gabriella@pte.hu](mailto:kurath.gabriella@pte.hu)  
<http://marketing.pte.hu/>