

ANEXA Nr. 4

INFORMAȚII PUBLICE PRIVITOARE LA CONCURSURI

	Leírás
Egyetemi kar neve	Politika-, Közigazgatás- és Kommunikációtudományi Kar
Egyetemi intézet neve	Kommunikáció, Közkapcsolatok és Reklám Intézet
Állás száma	26
Beosztás megnevezése	Egyetemi adjunktus
Az álláskeretben szereplő tárgyak neve	<ul style="list-style-type: none"> - A közkapcsolatok alapjai - Turisztikai közkapcsolatok - Közösségi média menedzsment - Médiatervezés
Tudományterület	Kommunikációtudományok
Meghirdetett állás leírása	<p>A meghirdetett állás oktatási, kutatási és adminisztratív szerepvállalást feltételez. Az oktatói és kutatói tevékenységnek összhangban kell lennie a Babeş-Bolyai Tudományegyetem által meghatározott minőségi standardokkal és célkitűzésekkel. A meghirdetett álláskeretben szereplő tárgyak oktatása magyar nyelven zajlik.</p> <p>A meghirdetett állásra jelentkező az alábbi feltételeknek szükséges megfeleljen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Az állásra jelentkezők számára elvárás a kommunikációtudományok területén szerzett doktori (PhD) fokozat megléte. - Az állásra jelentkezők kutatói tevékenysége összhangban kell legyen az álláskeretben meghirdetett tudományterülettel, valamint az álláskeretben szereplő tantárgyakkal. - Az állásra jelentkezők megfelelő ismeretekkel kell rendelkezniük a tudományterülethez kapcsolódó kutatásokat illetően, amit korábbi kutatói és publikációs tevékenységük révén tudnak igazolni. - Az állásra jelentkezőknek igazolniuk kell a meghirdetett tantárgyak oktatásához szükséges nyelvismeretet az alábbi módok egyikén: európai szinten elismert C1-es fokú nyelvvizsga magyar nyelvből, magyar nyelvű felsőfokú végzettség, és legalább 9 hónapot felölelő magyar nyelvű tanulás vagy az adott országban való tartózkodás.

Munkakör bemutatása	<ul style="list-style-type: none"> - Az álláskeretben meghirdetett tantárgyak oktatása, heti rendszerességgel megtartott előadások és szemináriumok keretében. - Szakdolgozat-irányítás, tutori tevékenység és heti rendszerességgel tartott konzultációk. - Kutatói tevékenység egyéni kutatói célkitűzések mentén a kommunikációtudományok területén. - Adminisztratív feladatok ellátása: a magyar nyelvű intézet online felületeinek menedzselése (weboldal és közösségi média oldalak).
A szóbeli bemutató időpontja	2023. január 27. / 9:00 óra
A szóbeli bemutató helyszíne	Str. Minerilor 85. szám, Kolozsvár / T3 terem
A versenyvizsga szerkezete	<ul style="list-style-type: none"> - A bizottság az alábbi szempontok mentén értékeli a jelölteteket: az egyéni portfólió értékelése az előzetesen benyújtott dokumentáció alapján (a végső értékelés 75%-a) és a szóbeli bemutató értékelése (a végső értékelés 25%-a). A szóbeli bemutató az egyetemi kar székhelyén, a dokumentumban jelzett helyszínen és időpontban történik. - A bizottság az előzetes témakörök és bibliográfia alapján meghatározza a szóbeli bemutató tematikát és ezt közli a jelentkezőkkel 48 órával a szóbeli bemutató kezdése előtt e-mailben, valamint a kari weboldalon. - A jelöltek által megtartott szóbeli bemutató időtartama legalább 30 perc, a szóbeli bemutató végén pedig a jelölt köteles válaszolni a bizottság és/vagy jelenlévő közönség által feltett kérdésekre. - A jelöltek által leadott portfólió értékelése során a bizottság figyelembe veszi a szakmai publikációk minőségét, illetve a jelölt egyéni hozzájárulását a meghirdetett állás tudományterületéhez.
Tematika és bibliográfia	<p>A szóbeli próba magyar nyelven zajlik, az alábbi témakörök egyikének mentén:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Integrált kommunikáció a médiatervezésben. Az ATL és BTL média csatornák kölcsönhatása. 2. A médiatervezés aktuális megközelítései. A PESO modell, mint kommunikációs keretrendszer. 3. A tervezés szerepe a közkapcsolati kommunikációs stratégiák kidolgozásában. 4. A vállalatok társadalmi felelősségvállalása, mint közkapcsolati kommunikációs stratégia. 5. A vizuális identitás szerepe a turisztikai kommunikációban. Desztinációk logói és jelmondatai. 6. A helymárka márkáértékének mérése. Országok és városok rangsorolása.

7. Hatékony kommunikációs stratégiák kidolgozása a közösségi média oldalakon.
8. A szegmentáció szerepe a kommunikációs kampányokban. A demográfiai megközelítéstől a buyer persona kidolgozásáig.

Bibliográfia:

1. BRAUN Róbert (2015): *Vállalati Társadalmi Felelősségvállalás*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
2. FEHÉR Katalin (2016): *Digitalizáció és új média – Trendek, stratégiák, illusztrációk*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
3. GREGORY, Anne (2010): *Planning and Managing Public Relations Campaigns. A Strategic Approach*. London: Kogan Page.
4. HORVÁTH Dóra & BAUER András (2021): *Marketingkommunikáció. Stratégia, új média, fogyasztói részvétel*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
5. INCZE Kinga & PÉNZES Anna (2006): *A reklám helye. A hatékony médiatervezés és vásárlás kézikönyve*. Budapest: Stardust Publishing.
6. KÁDÁR Magor (2008): *Kampánykommunikáció. A kommunikációs kampányok tervezésének és elemzésének gyakorlata*. Kolozsvár: Kriterion.
7. KATZ, Helen (2019): *The Media Handbook. A Complete Guide to Advertising, Media selection, Planning, Research, and Buying*. New York: Routledge.
8. KERPEN, Dave (2015): *Likeable Social Media*. New York: McGraw-Hill Education.
9. KINGSNORTH, Simon (2016): *Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing*. London: Kogan Page.
10. KLAUSZ Melinda (2016): *A közösségi média nagykönyve – Hogyan vidd sikerre céged és önmagad*. Budapest: Athenaeum Kiadó.
11. KOTLER, Philip & LEE, Nancy (2007): *Vállalatok társadalmi felelősségvállalása*. Budapest: HVG Kiadó.
12. NEUMEIER, Marty (2016): *The Brand Flip: Why Customers now run companies – and how to profit from it*. Berkeley: New Riders.
13. NEWSOM, Doug (2010): *Totul despre relațiile publice*. Iași: Polirom.
14. PAPP-VÁRY Árpád (2019): *Országmárkázás. Versenyképes identitás és imázs teremtése*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
15. QUESENBERRY, Keith (2021): *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishing.

	<p>16. RIES, Laura & RIES, Al (2005): <i>A PR tündöklése, a reklám bukása</i>. Budapest: Geomédia Books.</p> <p>17. TENCH, Ralph & YEOMANS, Liz (2017): <i>Exploring Public Relations</i>. Harlow: Pearson.</p> <p>18. THEAKER, Alison (2012): <i>The Public Relations Handbook</i>. London: Routledge.</p>
<p>A versenyvizsga menetének bemutatása</p>	<ul style="list-style-type: none"> - A meghirdetett állás felterjesztése és jóváhagyása az intézeti tanácsban, a kari tanácsban és a BBTE szenátusában. - Az állások meghirdetése az aktuális törvények mentén, beleértve az egyetem honlapján történő nyilvános meghirdetést. - A versenyvizsga bizottságok felállítása, valamint jóváhagyása a kari tanácsban és a BBTE szenátusában. - A versenyvizsgára való jelentkezéshez szükséges dokumentáció összeállítása és benyújtása a versenyvizsga-naptár által meghatározott határidők mentén. - A teljesítmény-kritériumok teljesítésének ellenőrzése a benyújtott dokumentumok alapján a BBTE szabályzatainak megfelelően (<i>Metodologia de concurs pentru ocuparea posturilor didactice și de cercetare vacante în Universitatea "Babeș-Bolyai"</i>) - A versenyvizsga-bizottság kihirdeti a szóbeli próba tematikáját és értesíti a jelölteket 48 órával a szóbeli próba előtt. A szóbeli próba a jelen dokumentumban meghatározott helyszínen és időpontban kerül megszervezésre. - A versenyvizsga-bizottság értékeli a jelöltek által benyújtott dokumentációt, értékeli a szóbeli bemutatót és értékelő jelentést készít a jelöltekről. - A versenyvizsga-bizottság elküldi az értékelő jelentéseket a kari vezetésnek, amiket a kari tanács tárgyal és azok eredményét titkos szavazással hagyja jóvá.

Intézetigazgató, Prof. univ. dr. Ioan Hosu

Kommunikáció, Közkapcsolatok és Reklám Politika-,

Közigazgatás- és Kommunikációtudományi Kar

