

Moderátor szak SZÓBELI GYAKORLATI tételek

1. Ön egy élelmiszer áruházlánc kommunikátoraként azt a feladatot kapja, hogy hozzon létre egy kollégáknak szóló vállalati lapot. Milyen célokat tűz ki a lap elé, milyen formai, strukturális és tartalmi jellemzőket alakít ki? Mire figyel az arculat megtervezésénél?

Irodalom:

- Fazekas Ildikó – Harsányi Dávid (2004.): Marketingkommunikáció. Budapest, Szókratész Külgazdasági Akadémia. 47-59

2. Ön egy baromfi-feldolgozó vállalat kommunikátoraként híreket kap arról, hogy a térségben egyre több a madárinfluenzás megbetegedés. Ismertesse, hogy - marketinges kollégáival együttműködve - milyen lépéseket tesz annak érdekében, hogy termékeik eladása ne essen vissza!

Irodalom:

- Nyárády Gáborné-Szeles Péter (É.n.): Public Relations II. H.n. Perfekt. 61-100; 275-327.
- Mónus Ágnes (2001.): Public Relations – A bizalomépítés művészete. Budapest, SHL Hungary Kft. 103-113.

3. Ön a helyi tömegközlekedési vállalat kommunikátora. Hogyan győzné meg a vezetőséget, hogy szponzorációval növeljék a szervezet hírnevét? Tegyen javaslatot egy konkrét szponzori ajánlat összeállítására!

Irodalom:

- Nyárády Gáborné-Szeles Péter (É.n.): Public Relations II. H.n. Perfekt. 453-461.
- Mónus Ágnes (2001.): Public Relations – A bizalomépítés művészete. Budapest, SHL Hungary Kft. 114-121.

4. Ön könyvtárhasználati szokásokról készít felmérést. Ismertesse és értelmezze az alábbi táblázat adatait!

Internetező könyvtárlátogatás gyakorisága szerinti százalékos megoszlása (100% = 337 fő)				
		Szokott internetet használni?		Összesen
		nem	igen	
Milyen gyakran jár Ön könyvtárba?	az utóbbi 12 hónapban egyszer sem	1,2	2,1	3,3
	évente	0,6	3,6	4,2
	félévente	2,4	6,5	8,9
	negyedévente	2,4	14,2	16,6
	havonta	6,8	33,5	40,4
	hetente	0,9	18,1	19,0
	hetente többször	0,6	7,1	7,7
Összesen		14,8	85,2	100

Forrás: <http://ki.oszk.hu/kf/kfarchiv/2006/4/peterfi.html>

5. Ön egy gyermekvédő civil szervezet munkatársa, és kérdőíves felmérést készít a 14-18 év közötti fiatalok dohányzási szokásairól, különös tekintettel a cigarettához való hozzájutás módjaira. Ismertesse, hogy hogyan választana mintát, milyen elveket tartana szem előtt a kérdőív összeállításánál, és dolgozzon ki 5 kérdést, amelyet a kérdőív tartalmazna.

Irodalom:

- Babbie, Earl: A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Budapest, Balassi Kiadó, 2003. 205-242, 273-290.

6. Felkéri Önt, hogy készítsen interjúkat 20-26 év közötti fiatalok körében zenehallgatási szokásairól. Milyen előkészületek előzik meg a munkát, milyen kérdésekkel készül az interjúra, mire kell figyelnie az interjú közben, és hogyan dolgozza fel a beszélgetéseket?

Irodalom:

- Babbie, Earl: A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Budapest, Balassi Kiadó, 2003. 334-346.

7. A kapott forgatókönyv alapján ismertesse a szekvenciák jelentését, szerepét és jelentőségét a forgatókönyvírásban. Mutassa be részletesen a forgatókönyv-fejlesztés öt lépcsőfokát!

(Forgatókönyv: Köbli Norbert: 9 és fél randi)

Irodalom:

- Field, Syd: Forgatókönyv – A forgatókönyvírás alapjai. CorLeonis Kiadó, Bp., 2011
- McKee, Robert: Story – A forgatókönyv anyaga, szerkezete, stílusa és alapelvei. Filmtett Egyesület, 2011

8. A kapott forgatókönyv alapján ismertesse a legfontosabb karakterarchetípusokat és karaktertípusokat a forgatókönyvben és a médiaszövegekben!

(Forgatókönyv: Köbli Norbert: 9 és fél randi)

Irodalom:

- Field, Syd: Forgatókönyv – A forgatókönyvírás alapjai. CorLeonis Kiadó, Bp., 2011
- McKee, Robert: Story – A forgatókönyv anyaga, szerkezete, stílusa és alapelvei. Filmtett Egyesület, 2011

9. A kapott technikai forgatókönyv alapján ismertesse, hogyan, milyen módokon jelenhet meg a film képi világa, vizualitása a forgatókönyvben, hogyan készítheti elő az operatőri munkát és a kamerahasználatot!

(Technikai forgatókönyv: Varga Árpád Zsolt: Erdélyben éltem)

Irodalom:

- Field, Syd: Forгатókönyv – A forгатókönyvírás alapjai. CorLeonis Kiadó, Bp., 2011
- McKee, Robert: Story – A forгатókönyv anyaga, szerkezete, stílusa és alapelvei. Filmtett Egyesület, 2011

10. Ismertesse, melyek voltak az elmúlt két év legfontosabb hazai közéleti és kulturális eseményei, amelyek nemzetközi figyelmet is kaptak! Válaszon ki közülük egyet, és ismertesse részletesen az esemény hazai és nemzetközi (médiá)visszhangját. Hogyan alakította ez az esemény Magyarország nemzetközi megítélését?

Irodalom:

- Angelusz Róbert: A referáló sajtótól az internetig. In.: Vásárhelyi Mária – Halmai Gábor (szerk.): A nyilvánosság rendszerváltása. Új Mandátum Kiadó, Budapest, 1998. 193-210. p.
- Mong Attila – Vajda Éva: Oknyomozó újságírás – Hallgatói kézikönyv. Független Médiaközpont, Bp., 2009

11. Válasszon ki az elmúlt két év hazai közéleti eseményei közül egyet, és ismertesse, milyen szerepet játszott a közösségi média az esemény nyilvánosságba való bekerülésében, médiareprezentációjában, tematizálásában!

Irodalom:

- Angelusz Róbert: A referáló sajtótól az internetig. In.: Vásárhelyi Mária – Halmai Gábor (szerk.): A nyilvánosság rendszerváltása. Új Mandátum Kiadó, Budapest, 1998. 193-210. p.
- Mong Attila – Vajda Éva: Oknyomozó újságírás – Hallgatói kézikönyv. Független Médiaközpont, Bp., 2009

12. Ismertesse Brückner Gergely és Pethő András „Szekszárdi kábelbarátok” című, az Élet és Irodalomban megjelent cikksorozata alapján az oknyomozó újságírás lényegét és sajátosságait (Élet és Irodalom, XLV. évf. 16-17-18. sz.)

Irodalom:

- Angelusz Róbert: A referáló sajtótól az internetig. In.: Vásárhelyi Mária – Halmai Gábor (szerk.): A nyilvánosság rendszerváltása. Új Mandátum Kiadó, Budapest, 1998. 193-210. p.
- Mong Attila – Vajda Éva: Oknyomozó újságírás – Hallgatói kézikönyv. Független Médiaközpont, Bp., 2009

13. Hasonlítsa össze és elemezze az alábbi két párbeszédet, figyelembe véve a következő szempontokat: a kommunikáció közléssorompói; a kommunikáció „serkentői” és az értő figyelem; az agresszív, szubmisszív és asszertív kommunikáció

1. Párbeszéd:	2. Párbeszéd:
<p><i>Főnök:</i> Szeretném, ha ezeket a dossziékat mind feldolgozná és betenné a szekrénybe még ma. Van kérdése?</p>	<p><i>Főnök:</i> Szeretném, ha ezeket a dossziékat mind feldolgozná és betenné a szekrénybe még ma. Van kérdése?</p>
<p><i>Beosztott:</i> Ez nem fog menni. Rendszeresen szükségünk van a dossziékra, amíg a projekt be nem fejeződik. Csak a munkánkat lassítaná le, ha minden használat után visszatennék a szekrénybe őket.</p>	<p><i>Beosztott:</i> Ez nem fog menni. Rendszeresen szükségünk van a dossziékra, amíg a projekt be nem fejeződik. Csak a munkánkat lassítaná le, ha minden használat után visszatennék a szekrénybe őket.</p>
<p><i>Főnök:</i> Azt mondtam, tegye el. Én mondom meg, hogy mi lassítja, vagy gyorsítja a munkánkat. Irtózatosságot csináltak ebben az irodában, rossz nézni. Legyenek a dossziék a szekrényben ma ötre.</p>	<p><i>Főnök:</i> Tehát azt gondolja, hogy a dossziék elpakolása késlelteti a projektet.</p> <p><i>Beosztott:</i> Igen. Félóra telik elrakni, majd holnap reggel újabb félóra kivenni és szétrakni őket.</p>
<p><i>Beosztott:</i> Maga a főnök! (Magában: Ha ez kell neked, ez tesz boldoggá...)</p>	<p><i>Főnök:</i> Ez tényleg napi egy óra időpocsékolás.</p> <p><i>Beosztott:</i> Igen. Ön mondta, hogy milyen szoros a határidőnk. Ha be akarjuk tartani, akkor nem tölthetjük rakosgatással az időt csak azért, hogy rend legyen.</p> <p><i>Főnök:</i> Értem. Én azonban nem szeretem, ha elől vannak a dossziék, mert bárki, aki erre jár, illetéktelenül hozzáférhet, vagy akár összekeverheti. Biztonságosabbnak látom, ha be vannak zárva a szekrénybe.</p> <p><i>Beosztott:</i> Mi lenne, ha a projekt idejére az egész szobát bezárnánk?</p> <p><i>Főnök:</i> (Gondolkozik rajta egy kicsit.) Tényleg. Soha nem csináltuk azelőtt, de megpróbálhatjuk. Így azonban addig a másik irodán kell osztozniuk. Menni fog?</p> <p><i>Beosztott:</i> Biztosan.</p>

Irodalom:

- Gordon, Thomas – Burch, Noel: Emberi kapcsolatok – Hogyan építhetjük, hogyan rontjuk el. Assertív Kiadó, h.n., 2001
- Lawson, Ken: Az eredményes tárgyalás. Alexandra Kiadó, Pécs, 2008

14. Olvassa el az alábbi leírást! Melyek a bemutatott szituáció legfontosabb tényezői? Milyen szempontokat tart szem előtt a megbeszélésre való felkészülésben (gondolva a hatékony kommunikáció és az aszertivitás lehetőségére)? Mi lehet az Ön számára ebben a helyzetben a helyénvaló konfliktuskezelési stratégia?

Amikor a KommTech kommunikációs ügynökség ügyfélbővítési nehézségekkel küzdött, a vezetés elcsábította Önt, mint kommunikációs menedzsert egy versenytársától. Ez lényeges fizetésemelkedést jelentett az Ön számára; lehetőséget, hogy minőségi nemzetközi ügyfélkörrel dolgozzon; valamint kihívást, hogy ebben a piaci szegmensben új ügyfeleket szerezhesen az ügynökségnek.

Már egy éve végzi a munkáját, nagyon jól tud a munkatársaival együttműködni, a beosztottaival úgy dolgoznak, mint egy csapat: megoldják a problémákat, jó kapcsolatot tartanak az ügyfelekkel, és jelenleg az ügynökség szinte a teljes humán kapacitását kihasználja.

Ákos, a tulajdonos is nagyon pozitív személyiség: energikus, fair és már bizonyított kommunikációs szakember. Ön nagyon szerencsésnek érzi magát mások által is irigyelt pozíciójában egy sztár ügynökségnél, egy növekvő piaci szektorban.

Azonban van valami, ami bosszantja Önt. Ákos fanatikusan ragaszkodik a tisztasághoz, a rendhez, a külső megjelenéshez. Azt akarja, hogy a helyiségek mindig tökéletes rendben legyenek az íróasztaloktól a szekrények belsejéig, a padló pedig olyan tiszta legyen, hogy „enni lehessen róla”. Ez a tisztaságmánia nagyon zavarja Önt. A kreatív munkák, a csoportok brainstormingjai óhatatlanul rendtelenséggel és időleges káosszal járnak, de Ön szerint az ügyfelek számára ez nyújt kedvezőbb benyomást, és nem a steril irodák látványa, hiszen ez inkább tanúskodik az intenzív munkáról és az alkotói lendületről.

Ma lesz Ákossal az első évét értékelő megbeszélése. Felkészüléséhez küldött Önnek egy előterjesztést körvonalazva az Ön által irányított terület erősségeit és problémáit. Ön büszkeséggel nézi a számos elemet, amelyek az első oszlopban szerepelnek – nyilvánvaló, hogy főnöke elégedett a munkájával. De közben egy kicsit csalódott és mérges is a problémás oszlop egyetlen eleme miatt: „Az ügynökség higiéniája és látványa sok kívánnivalót hagy maga után. Szükséges fenntartani az irodák és kreatív helyiségek rendjét és tisztaságát!” Eltöpreng azon, hogyan reagáljon erre a megbeszélésen.

Irodalom:

- Gordon, Thomas – Burch, Noel: Emberi kapcsolatok – Hogyan építhetjük, hogyan rontjuk el. Assertiv Kiadó, h.n., 2001
- Lawson, Ken: Az eredményes tárgyalás. Alexandra Kiadó, Pécs, 2008

15. Ön egy két évtizede működő, folyamatosan fejlődő nagy, országos reklámügynökség kommunikációs vezetője. A cége szeretne megnyerni magának egy háromfős fiatal designer csapatot, akik bár rövid ideje dolgoznak, de a munkáik ez alatt a rövid idő alatt is nagy (és pozitív) visszhangot váltottak ki a hazai reklámpiacon. A vezetőség úgy gondolja, sokat nyernének azzal, ha a designereket az ügynökséghez tudnák csábítani, de eközben fontos számukra, hogy a fiatal csapat számára egyértelműek legyenek az „erőviszonyok”. Önt bízzák meg annak a tárgyalásnak az előkészítésével és

megszervezésével, amelynek célja, hogy a fiatal designer csapat valamilyen formában társuljon az Önök reklámügynökségéhez.

- Készítse el a tárgyalás megszervezésének lépéseit tartalmazó forgatókönyvet!
- Készítsen tartalmi vázlatot a tárgyalás menetéhez, időbeosztással együtt!
- Ismertesse, mi lehet a leghatékonyabb tárgyalási stratégia ebben a helyzetben a cége és a vezetőség számára – indokolja választását!
- Ismertesse egyenként, mi lenne az ügynökség részéről tárgyaláson résztvevők számára a legoptimálisabb, legcélravezetőbb tárgyalási stílus!

Irodalom:

- Gordon, Thomas – Burch, Noel: Emberi kapcsolatok – Hogyan építhetjük, hogyan rontjuk el. Assertiv Kiadó, h.n., 2001
- Lawson, Ken: Az eredményes tárgyalás. Alexandra Kiadó, Pécs, 2008