



**SUBJECT DATASHEET**

**CORPORATE COMMUNICATION**

**BMEGT20ML04**

# I. SUBJECT DESCRIPTION

## 1. SUBJECT DATA

### Subject name

CORPORATE COMMUNICATION

### ID (subject code)

BMEGT20ML04

### Type of subject

contact lessons

### Course types and lessons

<i>Type</i>	<i>Lessons</i>	<u>Type of assessment</u>	<u>Number of credits</u>
Lecture	2	exam	
Practice	0		
Laboratory	0		3

### Subject Coordinator

<i>Name</i>	<i>Position</i>	<i>Contact details</i>
-------------	-----------------	------------------------

Dr. Veres István	assistant professor	veres.istvan@gtk.bme.hu
------------------	---------------------	-------------------------

### Educational organisational unit for the subject

Department of Management and Business Economics

### Subject website

<https://edu.gtk.bme.hu>

### Language of the subject

magyar - HU

### Curricular role of the subject, recommended number of terms

Programme: **Master of Business Administration MSc from 2017/18 Term 1**

Subject Role: **Compulsory**

Recommended semester: **3**

---

Programme: **Master of Business Administration MSc from 2018/19 Term 1**

Subject Role: **Compulsory**

Recommended semester: **3**

---

### Direct prerequisites

*Strong* None

*Weak* None

*Parallel* None

*Exclusion* None

### Validity of the Subject Description

Approved by the Faculty Board of Faculty of Economic and Social Sciences, Decree No: 4th decision on the 580.450-2/2018 registration number. Valid from: 29.08.2018.

## 2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

### Objectives

The aim of the course is to get to know the students the more important concepts and basic contexts related to corporate communication, the characteristics of corporate, managerial, economic and business communication. The curriculum provides an overview of the main areas of corporate communication, the specifics and competence of communication. In details get to know the types and areas of corporate communication, focusing on market communication, IR, financial communication, and provides insight into the relationship between Public Relation and corporate communication. It handles communication as a tool of corporate value creation, therefore on the lectures covers the different value categories, the tools of corporate value creation, value-driven management and corporate communication management. Since the economic and financial crisis of 2008, crisis management has been a prominent area of communication, and its background is also presented through theoretical and practical studies.

### Academic results

#### Knowledge

1. Know the most important definitions related to corporate communication
2. Know types and areas of corporate communication
3. Know the communication models
4. Differentiate and compare specialities of marketing communication and corporate communication
5. Acquire the written and oral forms of professional and effective communication
6. Acquire tools of corporate communication management
7. Know through examples and able to apply corporate communication management in practice
8. Acquire the base practices of communicational problems
9. Know the specialities of international corporate communication I
10. Know the system and context of corporate media relations

#### Skills

1. Through the acquisition of the contexts of corporate communication, plan, monitor and makes proposals to increase the effectiveness of the corporate communication of smaller companies.
2. Apply the learned communication theory and methods, explore facts and basic connections, systematize and analyze, formulate independent conclusions, critical remarks, prepare decision-making proposals, and make decisions in routine and partly unknown in - domestic and international - environments.
3. Present the professionally formulated professional proposal in oral and written form according to the rules of professional communication.
4. Participate in projects and group task solutions, after gaining practical knowledge and experience, leads, organizes, evaluates and controls the activity as a leader. Are able to cooperate with representatives of other fields (engineers, foreign traders).
5. Are able to express their thoughts in oral and in written form in an orderly manner.

#### Attitude

1. Cooperate with teacher and fellow students during the expanding of knowledge,
2. Work independently and in team also, while expand their knowledge
3. Open to use modern technological tools
4. Expand their knowledge continuously,
5. Strive to develop and complete their own communication skills and abilities
6. Open to accepting and integrating one's own and others' ideas in corporate communication.
7. Open to template-free communication solutions.

#### Independence and responsibility

1. Analyze and evaluate independently selected corporate communication cases
2. Open for unique and effective corporate communication problem solving
3. Are able to work independently and in a team
4. Analyze and evaluate the available information during problem solving and with the help of this develops towards multi-pole communication-problem solving
5. Accept and integrate the opinions and ideas of others into their knowledge
6. Create independent communication ideas and presents them to fellow students.

### Teaching methodology

Lectures, oral and written communication, application of IT tools during lectures and optional exercises.

### Materials supporting learning

- Veres István: Vállalati kommunikáció (oktatási segédanyag)
- Borgulya Istvánné Vető Á.: Kommunikációmenedzsment a vállalati értékteremtésben, Akadémia Kiadó, Budapest 2010
- Borgulya I. – Somogyvári M.: Kommunikáció az üzleti világban, Akadémia Kiadó, Budapest, 2009.
- További letölthető oktatási segédletek: <https://edu.gtk.bme.hu>

# II. SUBJECT REQUIREMENTS

## TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

### General Rules

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése egy évközi írásbeli tanulmány – házi feladat - és az előadásokon tanúsított aktív részvétel alapján, illetve vizsga alapján történik.

### Performance assessment methods

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: 1. Részteljesítmény-értékelés (házi feladat): a házi feladatok opcionálisak, a szorgalmi időszakban, az előadásokon meghirdetettek szerint teljesíthetők, nem pótolhatók és az általuk megszerzett pontszám csak a vizsgába számít bele, az aláírás ennek segítségével nem szerezhető meg. 2. Részteljesítmény-értékelés

(aktív részvétel): a félév során néhány alkalommal az oktatók az órai teljesítményt is értékelik, amely pontszám csak a vizsgába számít bele, az aláírás ennek segítségével nem szerezhető meg. 3. Az 1. és 2. pontban részletezett házi feladat és aktív részvétellel együttesen 15 pont (15%) szerezhető meg, amelyet a vizsgajegy számításakor adunk hozzá a pontszámhoz. B/ Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés A vizsga elemei: 1. írásbeli teljesítményértékelés: A vizsgadolgozat 100 pontos, amely a tanulási eredmények értékelésébe 100%-kal számít be. 2. évközi eredmények beszámítása: a 3.2 pontjában bemutatott házi feladat és az aktív részvétel maximum 15%-ban számítható bele a vizsga értékelésébe. Ezek a teljesítmények az aláírás megszerzése után megmaradnak és beszámíthatóak, amíg a hallgató aláírása is megmarad a TVSZ által előírt félévig.

### Percentage of performance assessments, conducted during the study period, within the rating

- részteljesítmény értékelés (házi feladat, aktív részvétel): 15%
- összesen: 100%+15%

### Percentage of exam elements within the rating

- írásbeli vizsga: 100%
- évközi opcionális házi feladat és órai pontok: 15%
- összesen: 100%+15%

### Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

Az aláírás megszerzésének feltétele, hogy a 3.3. pont szerint megszerezhető pontszám legalább 50%-át elérje a hallgató. A 3.3 pontban szereplő plusz 15%-ot érő részteljesítmény értékelés (házi feladat, aktív részvétel) a szorgalmi időszakban jelenik meg, de pontszámában csak a vizsgába számítható bele, az aláírás megszerzésébe nem számítható bele. A megszerzett aláírás a TVSZ szerint előírt félévéig érvényes.

### Issuing grades

Excellent	90
Very good	87,5–90
Good	75–87
Satisfactory	62–74,5
Pass	50–61,5
Fail	50

### Retake and late completion

1) A vizsgadolgozat 100 pontos, amely a tanulási eredmények értékelésébe 100%-kal számít be. Pótlás a TVSZ szerint. 2) Az opcionális házi feladat, mivel az aláírás megszerzésébe nem számít bele és az érdemjegy meghatározásában is a 100% feletti részhez tartozik, ezért nem pótolható, a beadási határidő és a feladat ismertetése az órán kerül meghirdetésre. 3) A beadott és elfogadott házi feladat nem javítható. A beadott és elfogadott órai feladat nem javítható. 4) Az aktív részvétel – jellegéből adódóan – nem pótolható, nem javítható, továbbá más módon nem kiváltható vagy helyettesíthető.

### Coursework required for the completion of the subject

részvétel a kontakt tanórákon	14×1=14
opcionális házi feladat vagy órai feladat elkészítése	16
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	48
vizsgafelkészülés	22
összesen	100

### Approval and validity of subject requirements

# III. COURSE CURRICULUM

## THEMATIC UNITS AND FURTHER DETAILS

### Topics covered during the term

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények eléréséhez a tantárgy a következő tematikai blokkokból áll. Az egyes félévekben meghirdetett kurzusok sillabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok szerint.

- 1 1. Kommunikációs alapfogalmak; 1.1 A kommunikációs folyamat; 1.2. A vállalati kommunikáció alapjai.
- 2 2. Belső kommunikáció; 2.1. Kommunikáció a szervezetekben; 2.2. Vállalati belső kommunikáció
- 3 3. Vállalati médiakapcsolatok; 3.1.A szerkesztőségek munkarendje; 3.2. A médiakapcsolati tevékenység lehetőségei és korlátai; 3.3. A médiakapcsolati munka alapértékei; 3.4. A médiakapcsolatokkal foglalkozó szervezeti egység feladatai.
- 4 4. A vállalatok társadalmi felelőssége; 4.1. Üzleti tisztesség; 4.2. Vállalati reputáció; 4.3. Vállalati támogatások
- 5 5. Kommunikáció, a vállalati értékteremtés eszköze; 5.1. Vállalati értékteremtés eszközei; 5.2. Vállalati kommunikáció menedzsment
- 6 6. Kríziskommunikáció

### Additional lecturers

Dr. Bernschütz Mária egyetemi adjunktus [bernschutz.maria@gtk.bme.hu](mailto:bernschutz.maria@gtk.bme.hu)

Dr. Biró-Szigeti Szilvia egyetemi docens [szigeti.szilvia@gtk.bme.hu](mailto:szigeti.szilvia@gtk.bme.hu)

### Approval and validity of subject requirements