

**Figyelem, amely téma, vagy témavezető mellett NINCS feltüntetve, hogy milyen képzési szinten választható azt a témát BA-s és MA-s hallgatók is egyaránt választhatják!**

**DR. BERKES PÉTER EGYETEMI DOCENS**

1. Szervezeti és stratégiai innováció a reklám- és médiaügynökségek világában
2. Marketingkommunikációs tevékenység elemzése egy adott vállalat esetében
3. A fogyasztói ügyfélélmény (user experience: UX) szerepe a szolgáltatócégeknél
4. Munkáltatói arculatépítés (Employer branding) megnyilvánulása hazai és nemzetközi vállalatoknál
5. A hatékony szponzorációs stratégia összetevői, az investíció megtérülése (ROI)
6. Ambush (lesipuska) marketing és kreatív aktivációs megoldások a sportesemények szponzorációjában
7. Társadalmi és egyházi szervezetek külső kommunikációja

**DR. BÉRES ISTVÁN EGYETEMI DOCENS**

1. Tömegkommunikációs médiumok szerepe és működése a társadalmi kommunikációban
2. Vizuális kommunikáció és társadalomtörténet
3. A fotográfia szerepe, használata a társadalmi és a tömegkommunikációban (*csak MA*)
4. Úton – az utazó, a turista és a zárandók (*csak MA*)
5. Napjaink társadalmi kommunikációjának empirikus vizsgálata (kommunikáció és mindennapi élet)

**DR. HABIL. BOZSONYI KÁROLY EGYETEMI DOCENS**

1. Média-gazdaságtan
2. Elektronikus néző mérő rendszerek
3. Kiskorúak TV nézési szokásai
4. Közösségi média
5. Televíziós egyházi, vallási műsorok nézettségének elemzése
6. Rádió hallgatottsági adatok elemzése
7. Egyházi rádiók hallgatóságának elemzése

**DR. JAKAB EDIT NOÉMI EGYETEMI DOCENS**

1. A film és a nyelv kapcsolata; a film mint nyelv megközelítése
2. Bódy Gábor kísérleti filmjei és filmnyelvi kísérletei
3. A jazz szerepe a filmben
4. Magyar női filmesek (Kolonits Ilona, Bíró Yvette, Garai Erzsébettől napjainkig)
5. Líra a filmben: versfilmek
6. A Tízparancsolat motívuma Krzysztof Kieślowski Dekalogjában
7. A filmfelirat-fordítás fortélyai
8. A Simpson család női szereplői
9. “It’s a show about nothing” SEINFELD: A hétköznapi zsenialitása
10. The Big Bang Theory [Agymenők]: a tudomány megértése a humor segítségével

**Figyelem, amely téma, vagy témavezető mellett NINCS feltüntetve, hogy milyen képzési szinten választható azt a témát BA-s és MA-s hallgatók is egyaránt választhatják!**

**DR. KOMÁROMI TÜNDE EGYETEMI DOCENS**

1. Népi kultúra és média
2. Egészség, betegség, gyógyítás és média
3. Ünnepek, emlékezés, kommunikáció
4. Krízis, kultúra, kommunikáció
5. Zarándoklat és turizmus
6. Vallás és média
7. Egyház és média
8. A vallásos gyógyítás mint kommunikációs folyamat
9. Jelek a kultúrában

**DR. KOVÁCS KRISZTINA EGYETEMI ADJUNKTUS**

1. Kormányközi szervezetek kommunikációja, tevékenysége
2. NGO-k kommunikációja, tevékenysége
3. Nemzetközi egyházi kapcsolatok
4. Etikett és protokoll (különös tekintettel az egyházi protokollra)
5. Interkulturális kommunikáció
6. Kommunikáció és művészetek (elsősorban irodalom és zene)

**PROF. DR. HABIL. LÁZÁR IMRE EGYETEMI TANÁR**

1. A folklór revival posztmodern vonatkozásai
2. A művészetterápia szemiotikai szempontból
3. A tánc mint kulturális médium
4. Táncszemiotika: a magyar néptánc történet szemszögéből
5. Identitáskonstrukció és az új médiumok
6. Létfenntartási formák antropológiája és humán ökológiája: válság és disztópiák
7. Vallási kozmológiák és a többszörös valóság fenomenológiája

**DR. LEGÉNDY KRISTÓF EGYETEMI ADJUNKTUS**

1. Természettudomány és vallás kommunikációja
2. Az ateizmus és a keresztyén hit párbeszéde az újkorban
3. A jel – jelentés – jelölt elemzése
4. Kultúrák és vallások közti kommunikáció
5. Művészeti kommunikáció – alkotó és befogadó; szakralitás és profán; design és magas művészet
6. Vallási kommunikáció
7. Szakralitás és rítus
8. Egyházi kommunikáció
9. Identitás, média, kommunikáció (közösségi média, közösségi terek, intézmények, hagyományok, kulturális terek)
10. Kultúraközi kommunikáció
11. Vizuális kommunikáció
12. A vállalat/szervezet társadalmi felelősségvállalásának megnyilvánulási formái (CSR-aktivitások).
13. Válságok és a hírnév sérülése, esetelemzés.

**Figyelem, amely téma, vagy témavezető mellett NINCS feltüntetve, hogy milyen képzési szinten választható azt a témát BA-s és MA-s hallgatók is egyaránt választhatják!**

14. A szervezet/vállalat hírnevének értéke – hírnévmenedzsment

**DR. LOVÁSZ IRÉN EGYETEMI DOCENS**

1. A szent és a profán határának szimbolikus megjelölése a kultúrában
2. A nyelvi performatív erő változásai. A szó teremtő ereje a kultúrában.
3. Művészetterápia – művészetkommunikáció
4. A szakrális kommunikáció esetei
5. Kommunikációelméleti szempontok a hagyománypedagógiában

**DR. NÉMETH LÁSZLÓ EGYETEMI ADJUNKTUS**

1. Magyar sajtótörténet
2. Magyar társadalom a sajtóban
3. Propagandatörténet
4. Protestáns egyházak az országos sajtóban
5. Protestáns sajtó a rendszerváltás után
6. Újságírás: szakma és hivatás

**PROF. DR. SEPSI ENIKÓ EGYETEMI TANÁR**

1. Művészeti kommunikáció (színház, irodalom, zene)
2. Kép és verbalitás viszonya a művészetekben
3. Ritualitás a művészetekben
4. Értés, megértés a művészetekben
5. Nemzetközi kommunikáció
6. Kultúraközi kommunikáció (különös tekintettel az angolszász, a francia és magyar kultúrára)
7. Diplomáciatörténet, etikett, protokoll (*Kovács Krisztina tanárnővel közösen*)
8. Nemzetközi intézmények (köztük az egyháziak) kommunikációja (PR elsősorban)

**DR. SPANNRAFT MARCELLINA EGYETEMI DOCENS**

1. Kommunikáció az egészségügyben
2. Fogyatékoság és társadalom (a téma megjelenése a sajtóban, különféle médiumokban, filmekben stb.)
3. Nyelvi hátrány (hazai nyelvi kisebbségek, határon túli magyarság)
4. Közvetlen emberi kommunikáció elemzése (film, színház, vlog stb.) alapján
5. Egyházi médiaprogramok elemzése/online felületek komplex elemzése
6. Politikai beszédek elemzése (retorikai, kognitív metaforaelméleti szempontból)
7. Sajtónyelvi elemzések (nyomtatott, online, rádió, televízió)

**DR. SÜTHEŐ PÉTER EGYETEMI DOCENS**

1. Projektmanagement, projektkommunikáció
2. Szervezetben belüli információs folyamatok szabályozási kérdései, eszközei
3. Projektmenedzsment és etika
4. A reformáció hatása a kommunikáció társadalomtörténetében.
5. A hitelesség problémája a közösségi médiában.

**Figyelem, amely téma, vagy témavezető mellett NINCS feltüntetve, hogy milyen képzési szinten választható azt a témát BA-s és MA-s hallgatók is egyaránt választhatják!**

**DR. ZSEBŐK CSABA FŐISKOLAI TANÁR**

1. Magyar sajtótörténet 1918 és 2020 között
2. A vallás és a modern nemzeti eszme kapcsolata a sajtóban, Európa keleti felén
3. A határon túli magyar sajtó 1920-tól 2020-ig
4. Magyar politikátörténet a sajtóban a 19-20. században és a 21. század elején
5. Magyarország közép- és délkelet-európai diplomáciai kapcsolatai a magyar nyelvű sajtóban 1920 és 2020 között
6. A könnyűzenei kultúra a honi médiában 1965-től napjainkig

**DÉKÁNI ENGEDÉLY ALAPJÁN TUDOMÁNYOS FOKOZATTAL NEM RENDELKEZŐ OKTATÓK –  
CSAK BA SZAKOS HALLGATÓK RÉSZÉRE**

**BARÓTHY ZOLTÁN MESTEROKTATÓ**

1. Üzleti célú történetmesélés kísérletei a hazai kis- és középvállalati szektorban (*csak BA*)
2. Üzleti célú történetmesélés legújabb trendjei nemzetközi szinten (*csak BA*)
3. Egyházi szervezetek megjelenése a közösségi médiában (*csak BA*)
4. Kulturális intézmények, elsősorban könyvtárak kommunikációja a közösségi médián keresztül (kísérletek, elképzelések, lehetőségek) (*csak BA*)
5. A márkaszemélyiség és/vagy márkarchetípusok megjelenése a turizmusmarketingben (*csak BA*)

**DINNYÉS ATTILA TANÁRSEGÉD**

1. A designkommunikáció és határterületeinek kapcsolódási pontjai a tervezési folyamatokban (*csak BA*)
2. Az arcattervezés hatásai és visszahatásai a fogyasztói magatartásra (*csak BA*)
3. A médiatudomány szerepe a kommunikációban és az információterjesztésben (*csak BA*)
4. A pszichológia és a vizuális kommunikáció kapcsolata (*csak BA*)
5. A design és a média hatásai a kulturális színterekre (*csak BA*)
6. A kommunikáció és médiatudomány kapcsolata egyéb határterületekkel a tartalomgyártásban vagy termékfejlesztésben (*csak BA*)
7. A design thinking és más tervezői megoldások alkalmazása nem csak vállalati környezetben (*csak BA*)
8. A média, kommunikáció, design kapcsolódásai a határterületeken (*csak BA*)
9. A felhasználói élmény tervezése online és offline területeken (*csak BA*)
10. A vizuális kommunikációs módszerek szerepe a storytellingben (*csak BA*)
11. Legújabb digitális és analóg alkotási módszerek, web3, NFT (*csak BA*)
12. Egyházak vagy vallási közösségek médiahasználata, digitális kommunikációja (*csak BA*)
13. A mesterséges intelligencia szerepe, jelene, jövője, recepciója a médiában (*csak BA*)

**KUTAI GERGELY MESTEROKTATÓ**

1. Film képanyelvi elemzése (*csak BA*)
2. Social média, a You Tube, mint vizuális tanítási/tanulási web felület (*csak BA*)
3. Televíziós műsorformák adaptálása az internetre (*csak BA*)