

DR. BERKES PÉTER EGYETEMI DOCENS

1. Szervezeti és stratégiai innováció a reklám- és médiaügynökségek világában
2. A fogyasztói bevonódás kreatív és hatékony megnyilvánulási formái a márkakommunikációban
3. A személyes márkaépítés megnyilvánulási formái
4. A média digitális forradalma
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
8. Marketing megoldások a közösségi média felületeken

DR. BÉRES ISTVÁN EGYETEMI DOCENS

1. A fotográfia szerepe, használata a társadalmi és a tömegkommunikációban
2. Vizuális kommunikáció és társadalomtörténet
3. Tömegkommunikációs médiumok szerepe és működése a társadalmi kommunikációban
4. Úton – az utazó, a turista és a zarándok
5. Kollektív emlékezet – ünnepek és szimbólumok

DR. BOGÁR LÁSZLÓ EGYETEMI DOCENS

1. A „politikailag korrekt” beszéd mélyszerkezete
2. A globális médiumok üzleti háttere
3. A modern média deszakralizációs szerepe
4. A protestáns etika szerepe a globális média deszakralitásának ellensúlyozásában.
5. A „Való Világ” szerepe a tömegkommunikációban
6. A globális gazdasági válság megjelenése a médiában

DR. 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. KOMÁROMI TÜNDE EGYETEMI DOCENS

1. Vallás és kommunikáció (klérus tagjai és a hívek, hívek egymás közt, hívek kommunikációja a szakralitással)
2. A vallásos gyógyítás mint kommunikációs folyamat
3. Vallás és média
4. Egyház és média (egyház és társadalom kommunikációs csatornái)
5. Egyház és szociális munka
6. Egészség, betegség és média

DR. KORPICS MÁRTA

EGYETEMI DOCENS

1. Vallási és egyházi közösségek a mai magyar társadalomban
2. Családi kommunikáció
3. Csoportdinamika, a csoport szerepe a szervezetek életében
4. A csoportfolyamatok ábrázolása különböző médiaműfajokban
5. A zarándoklat mint késő-modern vallási jelenség
6. Médiaszövegek elemzése

KOVÁCS KRISZTINA

EGYETEMI ADJUNKTUS

1. Nemzetközi szervezetek
2. Nemzetközi egyházi kapcsolatok
3. Nemzetközi etikett és protokoll (különös tekintettel az egyházi protokollra)
4. Interkulturális kommunikáció

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
8. Beszédfejlődés
9. Ikrek közötti kommunikáció

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

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. HABIL. SEPSI ENIKŐ

EGYETEMI DOCENS

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
6. Politikai beszédek elemzése (retorikai, kognitív metaforaelméleti szempontból)
7. Sajtónyelvi elemzések (szaknyelvi metaforák)

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.

DR. SZONDI GYÖRGY

EGYETEMI DOCENS

1. Public relations
2. Válságkommunikáció
3. Társadalmi felelősségvállalás (CSR)
4. Országimázs, országmárkázás, public diplomacy
5. Egyházak és egyházi intézmények kommunikációja, PR-ja
6. A személyes márkaépítés megnyilvánulási formái

SZAKDOLGOZATI TÉMÁK – KOMMUNIKÁCIÓ- ÉS MÉDIATUDOMÁNY BA ÉS MA
2018/2019. II. FÉLÉV ÉS 2019/2020. I. FÉLÉV

DÉKÁNI ENGEDÉLY ALAPJÁN (CSAK BA-S HALLGATÓK RÉSZÉRE)
TUDOMÁNYOS FOKOZATTAL NEM RENDELKEZŐ VAGY KÜLSŐS OKTATÓK

NÉMETH LÁSZLÓ

EGYETEMI TANÁRSEGÉD

1. Magyar sajtótörténet
2. Magyar társadalom a sajtóban
3. Protestáns egyházak az országos sajtóban
4. Protestáns sajtó a rendszerváltás után

KÖRÖSÉNYI DÁNIEL

1. Filmelemzés (belső témavezető: Dr. Spannraft Marcellina egyetemi docens)

KUTAI GERGELY

1. Film képnyelvi elemzése (belső témavezető: Dr. Spannraft Marcellina egyetemi docens)