



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Module 3

A kereslet ösztönzése – eszközök új  
mezőgazdasági vállalkozók kifejlesztéséhez az Ön  
régiójában

1 gyakorlati feladat és tanulmányi eset a feladat  
megoldásaként



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Írjon sajtóközleményt az Ízközpontja számára

Kezdje a kérdésekkel:

**Kinek?**

**Mit?**

**Miért?**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Hol?**

**Mikor?**

**Hogyan?**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Foglaljon össze mindent, emlékezzen a bekezdésekre, és ossza fel részekre a szöveget.

Egy jó sajtóközlemény...

A sajtóközleménynek tájékoztató jellegűnek kell lennie. Feladata a közönség tájékoztatása egy-egy eseményről, szolgáltatásról, termékről, vagy a témában további információkkal szolgálni. Az ilyen típusú cikkek segítenek nekünk a médiában márkánk felépítésében. De ahhoz, hogy bárki közzé akarja tenni, a feljegyzés tárgyilagos, tömör, konkrét, világos és mindenekelőtt érdekes legyen.

A tényeknek meg kell jelenniük a megjegyzésben. Ezenkívül fontos elemek:

- cím,
- felirat, ha van,
- vezető (a cím utáni első bekezdés, amely 2-3 mondatban tartalmazza a legfontosabb információkat),
- törzs (a következő bekezdések).

A Sajtóközlemény portál esetében az adott üggyel foglalkozó elérhetőségi számát vagy címét is megadhatja.

A legfontosabb, hogy a szöveget (és így a vezetőt) a legrelevánsabb információval kezdjük. Erre az öt kérdésből álló szabály érvényes: ki?, volt?, hol?, mikor?, miért? A következő bekezdések kevésbé fontos tényeket, további tényeket közölnek, kidolgozva a vezető főbb kérdéseit.

Az érdekesítő cím fél siker. Itt engedhetsz magadnak némi szabadságot és játszatsz a nyelvvel, pl. hozzon létre egy cím-idézet, cím-kalligram, cím-kérdés, cím-felkiáltójel stb.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Ne feledje, hogy a sajtóközlemény nem reklám. Az újságírói szövegnek tárgyilagosnak kell lennie, ezért kerülje el:

- írás első személyben
- véleménynyilvánító szavak használata, például „csodálatos”

Ne feledje azt is, hogy a rövid mondatok, bekezdések és egyszerű szókincs nagyobb valószínűséggel vonzza fel a figyelmet, mint az összetett szintaktikai konstrukciók.

Legyen tudatában annak, hogy a sajtóközleménynek érdekesnek kell lennie, fel kell kelteni az olvasó (és az újságíró) érdeklődését. Ezért úgy kell írnia, hogy az információ ne korlátozódjon unalmas és merev mondatok létrehozására.

A szövegnek helyesnek kell lennie a nyelv, a helyesírás és az írásjelek tekintetében. Olyan cikket közzétenni, amelynek szerzője nem vette a fáradságot, hogy szótárt olvasson, a lustaság és a lustaság jele.

Az alábbiakban egy példa látható egy sajtóközleményre, amelyet a közvélemény jó példának tart. „

## **A Gerber® Names nyerte a kilencedik éves fotókeresést**

Kairi baba a 2019-es Spokesbaby nevet kapta

ARLINGTON, Va., 2019. február 26. /PRNewswire/ -- A mai napon a kisgyermekkorú táplálkozási vezető, Gerber bejelentette, hogy a Gerber család egy imádnivaló új tagja van a kilencedik alkalommal megrendezett fotókeresés győztesének. Az észak-karolinai Hickoryből származó Kairi baba felkeltette a zsűri érdeklődését finom arckifejezésével és csodálkozó tekintetével a szemében. Kairit választották az idei Spokesbaby-nek az Instagramon rekordszámú, 544 000 bejegyzés közül. Az év Gerber arcaként Kairi szerepel majd Gerber közösségi média csatornáin, családja pedig 50 000 dollárt kap.





Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

"Amint megláttuk a fényképét, beleszerettünk Kairi kifejező szemébe és angyali arcába, aki a jövő felé néz, és izgatott volt mindenért, ami benne van" - mondta Bill Partyka, a Gerber elnök-vezérigazgatója. "Úgy gondoljuk, hogy minden baba egy gerber baba, és idén nagyon örülünk, hogy felismertük Kairit, mint Gerber új arcát. Hihetetlen év volt a 2018-as Lucas Warren és családja szóvivőnk ünneplése, és izgatottan várjuk a világot. újra beleszeressünk legújabb Spokesbaby-nkbe."

Mivel a világ magáévá tette Lucas történetét, Gerber meghívta őt, hogy tiszteletbeli bíróként szolgáljon az idei testületbe, hogy lefoglalja Spokesbaby uralmát, és segítsen üdvözölni Kairit a Gerber családban.

"Amikor először megtudtuk, hogy Kairi nyert, szótlantul voltunk, és nem hittük el. Túlágosan izgatottak vagyunk, hogy a mi édes Kairink Gerber 2019-es Spokesbabyje" - mondta Kairi anyja, Ying Vue. "Kairi személyisége nagyobb, mint az élet, és mindig megőrizte a lendületes hozzáállását."

Reméljük, Kairi egyedülálló, szórakoztató személyisége és vibráló arckifejezése pozitivitást sugároz az egész világon, akárcsak a mi otthonunkban minden nap!"

A 2010-ben elindított Fotókeresőt az a számtalan fotó ihlette, amelyet az évek során a szülőktől kaptak, akik gyermekeiket a Gerber ikonikus babalogóján látják, amelyen az eredeti Gerber baba, Ann Turner Cook látható.

A Fotókereső évről évre tovább növekszik. Látva, hogy a világ hogyan fogadja minden egyes Spokesbaby üdvözlését, Gerber azt tervezi, hogy a 10. évfordulója előtt globálisan elindítja a Photo Search szolgáltatást, hogy továbbra is megünnepelje az összes közösségből származó babákat.

A Gerber elkötelezettsége, hogy mindent megtegyen a babáért, amely biztosítja, hogy minden baba a lehető legjobban induljon, továbbra is megemlékezik a csecsemőkről és kisgyermekéről, bármilyen korú és hátterű.





Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Kairi fotói és további információi a Photo Search 2018-ról és a Gerberről a Gerber Facebook-oldalán vagy a Gerber's Spokesbaby webhelyén található.

### **Gerberről**

A Gerber céget 1928-ban alapították Fremontban, Michigan államban. A Gerber Products Company 2007. szeptember 1-jén csatlakozott a Nestlé családhoz. A Gerber Products Company vezető szerepet tölt be a kisgyermekkorú táplálkozás területén.

FORRÁS: Gerber

kapcsolódó linkek

<https://www.gerber.com>

<https://www.prnewswire.com/news-releases/gerber-names-winner-of-ninth-annual-photo-search-300800462.html>