

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Károly Róbert Campus
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Szakmai gyakorlatom a Károly Róbert Campuson, PR asszisztensként

ZÁRÓDOLGOZAT

Juhász Klaudia

MGCD54

Kereskedelem és marketing (logisztika) felsőoktatási szakképzés

Konzulens neve: Dr. Domán Szilvia
egyetemi docens

Gyöngyös, 2023. május

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	1
1. GYAKORLATI HELY BEMUTATÁSA.....	1
1.1. A Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campus története	1
1.2. Az intézmény szerkezete	3
1.3. A Campus oktatási tevékenysége	4
1.4. A Campuson elérhető szolgáltatások.....	6
2. AZ INTÉZMÉNY PIACI POZÍCIÓJÁNAK VIZSGÁLATA.....	7
2.1. Belső tényezők	8
2.2. Külső tényezők.....	9
3. A KÁROLY RÓBERT CAMPUS MARKETING TEVÉKENYSÉGÉNEK BEMUTATÁSA 7P ALAPJÁN	11
3.1. Product - Termék.....	11
3.2. Price - Ár	12
3.3. Place – Értékesítés helye	12
3.4. Promotion – Eladásösztönzés, promóció.....	13
3.5. People – Emberi tényező.....	15
3.6. Physical Evidence – Fizikai tényezők	16
3.7. Process – Folyamat.....	17
3.8. Értékelés	18
4. SZAKMAI GYAKORLAT	20
5. SZAKMAI GYAKORLAT ÖSSZEGZÉSE	23
6. ÖSSZEGZÉS.....	24
Felhasznált források	25
Internetes irodalom.....	25
Nyilatkozatok	26

Bevezetés

Tanulmányaimat 2021 őszén kezdtem meg a campuson, felsőoktatási szakképzésen. A 2 éves képzés lezárásaként 560 óra összefüggő szakmai gyakorlatot kell teljesíteni. Három helyre is beadtam a jelentkezésemet, de nemleges választ kaptam vagy egyáltalán nem kaptam választ. Végül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert campusán tudtam elhelyezkedni és letölteni a szakmai gyakorlatomat PR asszisztensként. A következőkben pedig erről szeretnék írni, bemutatva az intézményt és az ott folytatott tevékenységemet.

1. GYAKORLATI HELY BEMUTATÁSA

Gyöngyös város egyetlen felsőoktatási intézménye 2021. február 21.-től Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem néven ismert. A Károly Róbert campuson gazdaság-, és agrártudományi, valamint informatikai ágazatok különböző szakjain lehet tanulni. Az intézmény fenntartója a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetemért Alapítvány. Az egyetem 5 magyarországi campussal rendelkezik az ország számos pontján, emellett még 2 képzési helye van Magyarországon és 5 a határon túl. Az összefüggő szakmai gyakorlatomat a nagy múlttal rendelkező Károly Róbert campuson töltöttem.

1.1. A Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campus története

1871-ben felmerült egy gondolat, mi szerint felsőfokú mezőgazdasági szakoktatás kellene a városba. Ez alapján a „Városi Gazdasági Egyesület vezetői szőlész-borász egyetem létesítését kezdeményezték”. Azonban ez nem tudott megvalósulni, mert a kormányzati körök nem támogatták. Végül 1900-ban létrehoztak egy néhány évig működő vincellér iskolát. Ezután, 1920-ban megalapították a Felső Mezőgazdasági Iskolát, amely a „30-as évek végétől Gyöngyösi Római Katolikus Mezőgazdasági Középiskola néven” futott tovább.

Az elkövetkezendő években többször is változott az iskola elnevezése és jogállása, valamint profilja. 1949-ben mezőgazdasági gimnáziummá, 1953-ban mezőgazdasági technikummá és

1968-ban mezőgazdasági szakközépiskolává szerveződött át. 1962-ben pedig megkezdődött a felsőfokú szakemberképzés a kar jogelődjében, vagyis a Felsőfokú Mezőgazdasági Technikumban, ahol a szőlész-borász felsőfokú szaktechnikus képzés volt az első. Ennek a megszűnése után a Kertészeti Egyetem Kertészeti és Agronómiai Főiskola Karaként működött 1972-től 1976-ig, ahol kertész üzemmmérnököket és növénytermesztő üzemmmérnököket képeztek. 1976-ban az iskolát átvette a Gödöllői Agrártudományi Egyetem és Mezőgazdasági Főiskolai Kar néven működött tovább. Ennek következtében profilváltás is történt: a korábbi szakokat megszüntették, helyette üzemszervezési, növénytermesztő, állattenyésztő és kertészeti szakot vezettek be. 1987-ben létrehoztak egy új kart a Gödöllői Agrártudományi Egyetemen, mely a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar nevet kapta. Ebből kifolyólag a „gyöngyösi főiskolai kar átalakult Vállalatgazdasági Üzemmmérnöki Intézetté, így az üzemszervező szakemberképzés helyett vállalatgazdasági irányultságú oktatás került előtérbe. Ezzel egyidejűleg a súlypont áthelyeződött a közgazdasági jellegű tárgyakra.

1989-ben, az országban elsőként engedélyezték a kísérleti levelezőképzést gazdasági mérnöki szakon. Az 1991/92-es tanévtől agrármérnök képzést indítottak „állattenyésztési, kertészeti és növénytermesztési szakirányokon”. A későbbiekben ezek bővültek még állattenyésztő és mezőgazdasági menedzser, valamint „környezetgazdálkodási, vidékfejlesztési, vadgazda és erdészeti szakirányokkal”. 1993. január 1-jén újra „kari státuszt kapott” az intézmény. „1999. december 31-ig a Gödöllői Agrártudományi Egyetem Mezőgazdasági Főiskola Karaként működött”.

2000.január 1-jén megalakult a Szent István Egyetem, ezzel együtt újra változott az intézmény neve a sokkal kifejezőbb Gazdálkodási és Mezőgazdasági Főiskolai Karra. Dinamikus fejlődés lett megfigyelhető: emelték a képzések színvonalát és számát, ebből következően pedig fejlesztették a személyi állományt és az infrastruktúrát. 2022 decemberében a Kari Tanács kérvényezte az Oktatási Minisztériumnál, hogy kiválhassanak a Szent István Egyetemből, és önálló főiskolát hozhassanak létre. Már 1998 óta dolgoztak azon, hogy ez megvalósulhasson. Végül 2003. szeptember 1-jén az Országgyűlés „önálló felsőoktatási intézménnyé nyilvánította a Károly Róbert Főiskolát, Gyöngyös első és egyetlen felsőoktatási intézményét”. 2004. január 1-jétől a Kormányrendelet engedélyezte a főiskolán a „Gazdálkodási Főiskolai Kar és a Mezőgazdasági Főiskolai Kar működését”. 2007.január 1-től az Erdőtelki Arborétum is a főiskola szervezetében kezdett el működni. A főiskola épületét 2005-ben kezdték el felújítani és kibővíteni, amit 2007. november 8-án adtak át. A beruházás területei a következők voltak: központi épület rekonstrukciója és bővítése, könyvtár felújítása

és bővítése, aula és kapcsolódó területek korszerűsítése, régi kollégiumi épület tanszéki munkahellyé történő átalakítása.

2016. július 1-jével a Károly Róbert Főiskola és az Eszterházy Károly Főiskola összeolvadt, így jött létre az Eszterházy Károly Egyetem, amelyhez csatlakozott még a SZIE jászberényi Alkalmazott Bölcsészeti és Pedagógiai Kar.

2020. augusztus 1-től újra változás történt: „Szent István Egyetem névvel megalakult egy új, több-campusú integrált multidiszciplináris egyetem, amely egyesítette az egykori Szent István Egyetem és Kaposvári Egyetem egészét, továbbá a Pannon Egyetem Georgikon Karát és az Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campusát”. A cél az volt, hogy megalakítsák Magyarország legnagyobb agrártudományi egyetemét, ahol korszerű intézményben az igényeket maximálisan kiszolgáló, gyakorlatorientált képzéseken vehetnek részt a hallgatók.

2021. február 1-től az intézmény Magyar Agrár és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campusaként van jelen a felsőoktatásban, ahol manapság gazdaságtudomány, agrár és informatikai képzések kapnak helyet.

(karolyrobertcampus.uni-mate.hu)

1.2. Az intézmény szerkezete

2021-ben jelentkeztem az egyetem Károly Róbert campusára. Éppen ekkor történt a névváltoztatás is: Szent István Egyetemről Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetemre változott. Ezzel együtt a fenntartó is módosult, innentől már nem a Magyar Állam, hanem a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetemért Alapítvány felelt az intézményért. Ebből kifolyólag modellváltás is történt. Megszüntették a karokat, mint szervezeti egységeket; korábban ezek fogták össze a különböző tudományterületeket. Ezt felváltotta 20 önálló keretgazdálkodású intézet, melyek központjai az országban, különböző campusokon találhatóak. A változtatás célja az volt, hogy megszűnjön a versengés a hasonló képzést kínáló campusok között, mind a hallgatókért, mind a pályázatokért.

A Károly Róbert Campus főigazgatója, Dr. Bujdosó Zoltán a Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet igazgatója. A campuson hat intézet képzései közül választhatnak a hallgatók, valamint három képzési szinten érhetőek el egyes képzések.

(uni-mate.hu)

1.3. A Campus oktatási tevékenysége

A gyöngyösi Károly Róbert Campus fő feladata, csakúgy, mint a többi felsőoktatási intézménynek, hogy emelje a felsőoktatás színvonalát, megfelelő feltételrendszert teremtsen, amely ahhoz szükséges, hogy a hallgatók által elvárt módon átadják a versenyképes tudást. Ennek eleget téve egymásra épülő képzések vannak a campuson: felsőoktatási szakképzés, alapképzés, mesterképzés. Emellett szakirányú továbbképzések elvégzésére is van lehetőségük a diplomával rendelkezőknek. Az érintettek számára további szolgáltatások is elérhetőek: tanzálloda, tangazdaság és könyvtár. (karolyrobertcampus.uni-mate.hu)

Az alapképzés (BA/BSc) az első képzési szint. Időtartama 6-8 félév, melynek végén a hallgató bachelor oklevelet kap. Az alapképzés „felsőfokú végzettséget és az adott szaknak megfelelő képzettséget nyújt”. A képzésen olyan szakmai ismeretekkel gazdagodik a hallgató, amelyeket fel is tud használni a munkaerőpiacon, valamint olyan munkakörökben fog majd tudni elhelyezkedni, amelyek a jogszabályban vannak meghatározva. Ezen túl olyan elméleti alapot nyújt az alapképzés, amivel tovább lehet tanulni mesterképzésen. A képzés sikeres elvégzéséhez a kimeneti követelménynek meg kell felelni, és eleget tenni az abban leírtaknak, például a meghatározott nyelvvizsga teljesítése elengedhetetlen. (felvi.hu)

Alapképzési (BA/BSc) szakok a Károly Róbert Campuson:

- ❖ Emberi Erőforrások (BSc)
- ❖ Gazdaságinformatikus (BSc)
- ❖ Gazdálkodási és menedzsment (BSc)
- ❖ Kereskedelem és marketing (BSc)
- ❖ Pénzügy és számvitel (BSc)
- ❖ Turizmus-vendéglátás (BSc)
- ❖ Vidékfejlesztési agrármérnök (BSc)

(karolyrobertcampus.uni-mate.hu)

A mesterképzés (MA/MSc) a második képzési szint. Időtartama általában 2-4 félév, melynek végén mesterfokozat és ehhez tartozó szakképzettség szerezhető. „Mesterképzésre az vehető fel, aki legalább egy alapképzési diplomával – vagy a korábbi képzési rendszer szerinti főiskolai/egyetemi diplomával – rendelkezik.” A felsőoktatási intézményektől függ a pontos felvételi követelmény, mivel saját maguk határozhatják azt meg. A mesterfokozat megszerzése esetén is meg kell felelni a kimeneti követelményrendszernek, amely magába

foglalja, hogy milyen személyi kompetenciák , illetve milyen nyelvvizsgák szükségesek. A mesterképzés teljesítését követően több lehetőség is fennáll: kilépés a munkaerőpiacra, doktori képzésen vagy szakirányú továbbképzésen való részvétel. (felvi.hu)

Mesterképzési (MA/MSc) szakok a Károly Róbert Campuson:

- ❖ Turizmus – menedzsment (MSc)
 - ❖ Vállalkozásfejlesztés (MSc)
 - ❖ Vezetés és szervezés (MSc)
 - ❖ Vidékfejlesztési Agrármérnök (MSc)
- (karolyrobertcampus.uni-mate.hu)

A felsőoktatási szakképzés (FOSZK) minden esetben 4 féléves képzés: 3 félév tanulmányi félév, ahol a hallgatók az adott szak elméleti részét tanulják, majd a 4. félévben a szakmai gyakorlat során alkalmazhatják az elméletet a valóságban, ezzel igazán maguké téve a korábban tanultakat. A képzésre az jelentkezhet, aki rendelkezik érettségi bizonyítvánnyal vagy azzal egyenértékű bizonyítvánnyal, oklevéllel vagy tanúsítvánnyal. A szakképzés végén pedig a sikeres hallgatók oklevelet kapnak, ami nem egyenlő a diplomával, mivel önálló végzettségi szintet nem tanúsít. A teljesítést követően lehetőség van kilépni a munkaerőpiacra, továbbá alapképzésre is lehet jelentkezni és átvinni, valamint beszámíttatni a felsőoktatási szakképzés alatt megszerzett krediteteket. (felvi.hu)

Felsőoktatási szakképzések (FOSZK) a Károly Róbert Campuson:

- ❖ Gazdaságinformatikus
 - ❖ Gazdálkodás és menedzsment
 - ❖ Gyógy- és fűszernövények
 - ❖ Kereskedelem és marketing
 - ❖ Mezőgazdasági
 - ❖ Programtervező informatikus
 - ❖ Pénzügy és számvitel
 - ❖ Szőlész-borász
 - ❖ Turizmus-vendéglátás
- (karolyrobertcampus.uni-mate.hu)

A szakirányú továbbképzés az alap- vagy mesterképzésre épül. Időtartama 2-4 félév, melynek végén a hallgatónak záróvizsgát kell tennie. Olyan „képzési forma, amely a végzettségi szint módosulása nélkül speciális feladatok ellátására ad felkészítést, illetve lehetővé teszi a

korábban szerzett ismeretek meghatározott irányú elmélyítését”. Elméleti és gyakorlati blokkokat is tartalmaz a képzés. A gyakorlatot gyakorlatvezető segíti és ellenőrzi az adott gyakorlólhelyen, a meghatározott tanulmányi időben. A továbbképzés végen oklevelet kap a hallgató. (felvi.hu)

Szakirányú továbbképzések a Károly Róbert Campuson:

- ❖ Rehabilitációs gazdasági menedzser
 - ❖ Természeti és kulturális örökség menedzser
- (karolyrobertcampus.uni-mate.hu)

A Károly Róbert Campuson ugyanolyan fontos a gyakorlati jártaság, mint az elméleti tudás elsajátítása. Így az intézményben találhatóak előadótermek és jól felszerelt számítógépes szemináriumi termek. Továbbá a campushoz tartozik még a tanszállodaként is működő Hotel Opál és a Tass-pusztai Tangazdaság, melyek megfelelő gyakorlati helyet jelentenek a turizmus-vendéglátás, illetve az agrárterületek hallgatóinak. (karolyrobertcampus.uni-mate.hu)

1.4. A Campuson elérhető szolgáltatások

Az intézmény Nyelvvizsga Centrumként is szolgál, amely ötféle államilag elismert nyelvvizsga akkreditált vizsgahelye. Négyféle általános nyelvvizsga és három szint közül választhatnak a vizsgázók. Ezen túl elérhető egy szakmai nyelvvizsga is. Ez nagy segítséget jelenthet a hallgatóknak, hiszen a diploma megszerzéséhez szükséges nyelvvizsgákat helyben is tudják teljesíteni.

A campuson található Károly Róbert Könyvtár gazdag gyűjteménnyel rendelkezik, ezzel segítséget nyújt mind az oktatóknak, mind a hallgatóknak, mivel széles választékban kínálnak szakirodalmakat és olvasmányokat. Kiváló helyet biztosít tanuláshoz, olvasáshoz és internetezéshez.

Nemzetközi Kapcsolatok Iroda fő feladata a külföldi hallgatók koordinálása. Ezen túl az irodában lehet érdeklődni a külföldön folytatott tanulmányokkal és ösztöndíjjal kapcsolatban.

Ha a hallgatóknak bármilyen tanulmányi problémája vagy kérdése van, akkor a Tanulmányi Osztály munkatársaihoz tud fordulni ügyfélfogadási időben.

A Campus Hallgatói Önkormányzat (KRC HÖK) – hallgatókból álló érdekképviselői szervezet - gondoskodik arról, hogy az egyetemen töltött félévek felejthetetlenek legyenek.

Részt vállalnak a programok szervezésében, például ők rendezik minden évben a gólyabálokat. Emellett ügyfélfogadási időben segítenek hallgatótársaiknak megoldani a problémáikat, valamint választ találni tanulmányaikkal kapcsolatos kérdéseikre.

A Károly Róbert Diákotthon szolgál kollégiumként azoknak a hallgatóknak, akiknek nehéz lenne a mindennapos bejárás. A tizenöt perc sétára található „kollégium” jól felszerelt 1-2-3 ágyas szobákkal várja a hallgatókat. A Károly Róbert Campus erőssége, hogy minden nappali képzésre jelentkező hallgató számára garantáltan tud kollégiumi elhelyezést biztosítani. Ezentúl a KRC HÖK által szervezett programoknak is helyet ad időnként ez a közösségi tér.

A campuson több öntevékeny kör is működik. A Gyógynövény Klub időről időre szervez foglalkozásokat, ismeretterjesztő programokat, melyek középpontjában a gyógynövények állnak. A klubtevékenységeken minden érdeklődőt szívesen látnak. A KÁRÓ Színkör a szerepelni vágyó hallgatóknak ad lehetőséget a kibontakozásra vagy éppen tudásuk megcsillogtatására. Fő tevékenységük a színpadi játék. Az intézményi és városi fellépéseken túl akár országos diákszínjátszó fesztiválokra is eljuthatnak.

Negyedévente a Vöröskereszt is szokott véradás akciót tartani, amin nem csak a campus hallgatói, oktatói és dolgozói vehetnek részt, hanem nyílt eseményként a gyöngyösi és a környező településeken élő véradókat is fogadják. Ezen túl különböző programoknak és eseményeknek is otthont szokott adni a campus, például Kutatók Éjszakája, Ökoforradalom, Geonight, Emlék estek, Lányok napja, agrár témájú rendezvények, konferenciák.

A campuson étkezési szolgáltatás is elérhető hallgatók, oktatók és külsősök számára egyaránt. A Károly Róbert Étterem különböző menüvel és fogásokkal várja az oda érkezőket.

A Károly Róbert Sportcentrum lehetőséget nyújt a sportolni vágyóknak focira, teniszre, ping-pongra, kosárlabdára és edzőtermi edzésre.

(karolyrobertcampus.uni-mate.hu)

2. AZ INTÉZMÉNY PIACI POZÍCIÓJÁNAK VIZSGÁLATA

A SWOT elemzés keretein belül összegyűjtöttem néhány információt az intézmény piaci meghatározása érdekében. A módszer segítségével feltérképezhetjük a szervezet piaci helyzetét, valamint a ez erősségeit és a benne rejlő lehetőségeket, továbbá a gyengeségeket és a mögötte megbújó veszélyeket. Ez segítheti a szervezetet a megfelelő és hatékony stratégia

kiépítésében. Az elemzésben megjelennek a belső tényezők, amikre hatással lehet lenni, és a külső tényezők, melyeket nem lehet befolyásolni. (Domán – Tamus – Totth, 2009)

SWOT elemzés		
Belső tényezők	Erősségek	Gyengeségek
	• családi környezet • szakmailag kiváló oktatók • megfelelő információáramlás • technikai felszereltség • munkaerőpiachoz igazított oktatás	• előadó helységek elmaradottsága • túlterhelt oktatók • kevés képzés
Külső tényezők	Lehetőségek	Veszélyek
	• emelt szintű érettségi eltörlése • kedvező vasúti közlekedés • számos elérhető pályázat	• Budapest és Eger közelsége • hallgatói érdeklődés elvesztése • drasztikusan lecsökkenhet a nappali munkarendes szakok száma

1. táblázat (forrás: saját szerkesztés)

2.1. Belső tényezők

A belső tényezők magukban foglalják az erősséget és a gyengeséget. Az intézmény erősségeit tekintve elmondható, hogy a campus családi légkörrel rendelkezik, hiszen nincsen sok tanár és a hallgatók szám is mérsékelt. Így lehetőség van arra, hogy a hallgatók és oktatók

közelebből is megismerjék egymást, valamint személyesebb kapcsolatot alakítsanak ki. Ahogy mondani is szokták, itt a hallgató nem csak egy Neptun kód az oktató szemében. Emellett fontos megemlíteni azt is, hogy szakmailag felkészültek és naprakész információkkal rendelkeznek. Az egyetemen viszonylag gyors az információáramlás, mind a campuson belül, mind a campusok között. Személy szerint elégedett vagyok a technikai felszereltséggel, a legtöbb tanteremben és előadóban lehetőség van akár hibrid órákra is (azok minőségével már kevésbé vagyok elégedett). Számomra pozitív és szerintem erősség is, hogy az oktatást próbálják a környékbeli munkaerőpiac igényeihez igazítani, annak érdekében, hogy ha elvégeznénk a képzést, mihamarabb megtaláljuk a számunkra kompatibilis munkahelyet, valamint ha felvesznek oda, akkor a lehető legtöbb dologgal tisztában legyünk. (Domán – Tamus – Totth, 2009)

Az erősségek mellett gyengeségek is léteznek egy szervezet működésében. A campus esetében számomra gyengeség a nagy előadók korszerűtlensége; már belépve is olyan mintha a 2000-es évek elejére repülnénk vissza: ütött-kopott faborítás látható mindenhol, az ülőhelyek roppant kényelmetlenek és szűkek, valamint a szellőzés sincs jól megoldva. Az oktatásnak és esetenként a minőségének nem tesz túl jót az oktatók leterheltsége, hiszen ez időnként érződik is egy-egy előadás közben. Ebben közrejátszik sajnos a tanárhiány. Minden esetre mi, hallgatók is próbálunk rugalmasabbak lenni, hogy minél, hogy a helyzetből kihozzuk közösen a maximumot. Évről évre megfigyelhető, hogy a campuson egyre kevesebb képzés indul, ami nem jelent jót. Ennek következménye meg is jelent a veszélyek között. Ha nem talál számára megfelelő képzést a potenciális hallgató, el fogja veszíteni az érdeklődését a Károly Róbert Campus iránt. (Domán – Tamus – Totth, 2009)

2.2. Külső tényezők

A külső tényezők közé tartoznak a lehetőségek és a veszélyek.

Olyan külső környezeti tendenciák tapasztalhatóak véleményem szerint, amik pozitív hatással lehetnek az egyetem és a campus működésére egyaránt. A felsőoktatással kapcsolatos jogszabályok változása, mint például a kötelező emelt szintű érettségi – mint bemeneti követelmény – eltörlése, vélhetően megnöveli azon potenciális hallgatók számát, akik a felsőoktatásban szeretnének tanulni. Kifejezetten igaz lehet ez a felnőttekre, akiknek eddig be kellett vállalniuk, hogy újra érettségizzenek bizonyos tantárgyakból, emelt szinten.

Egészen más jellegű tényező, de fontosnak érzem, hogy Gyöngyös város sokkal jobb vasúti közlekedéssel rendelkezik, mint korábban. Ez megkönnyíti a campus megközelítését is, ami szintén hozzájárulhat a hallgatói létszám növekedéséhez.

Az agráriummal kapcsolatos számos új pályázat megjelenését látom még lehetőségnek, ugyanis ezek elnyerése anyagi forrásokat biztosíthatnak az egyetemnek és a campusnak.

A pozitív oldalon, vagyis a lehetőségek megemlíthető a további kutatások indítása. A campuson jelenleg is zajlik kutatás, ami sikernek örvend. Tehát nem kizárt a jövőben sem kutatás indítása, sőt abból csak profitálna az egyetem, valamint a campus hírneve is nőhetne, ezzel vonzva az ilyen irányba érdeklődő hallgatókat. Mivel a campuson nem nagy a hallgatók száma, így az oktatók jobban, személyesebben tudnak foglalkozni velük az előadáson. Ezáltal könnyebben felfedezhetők a tehetséges hallgatók, akiket fel lehet karolni, neves versenyekre – pl. Tudományos Diákköri Konferencia - küldeni és fejleszteni lehet a személyi kompetenciájukat. (Domán – Tamus – Totth, 2009)

Veszélyként jelenik meg Budapest és Eger közelsége. Ezekben a városokban több a lehetőség minden szempontból, több képzés és Budapest esetében több egyetem közül is lehet válogatni, ami nyilván vonzóbb egy vidéki campus képzési kínálatához képest. Valamint a hallgatói élet is jobban virágzik, több lehetőség van a nagyvárosokban. Ezek miatt fennáll az a veszély, hogy a leendő hallgató inkább ezeket a helyeket választja. Ami viszont a nagyvárosok ellen szól, azok az árak. Legyen szó albérletről, a kollégiumról vagy csak a megélhetési költségekről. A fiatalkorúak mellett van egy másik tanulni vágyó réteg is: a közepes korosztályúak (kb. 35-55 év közöttiek). Az érdeklődők között egyre több az ilyen korú, ők viszont nem a nappali munkarendes képzést részesítik előnyben, hanem a levelezős képzést. Mivel a nappali munkarendre jelentkezők száma egyre csökken, lassan-lassan megszűnik ez a lehetőség, és a levelezős munkarend kerül előtérbe. Ez olyan szempontból veszély szerintem, hogy az intézmény előbb utóbb kihasználatlan lesz, ami nem éppen költséghatékony működés.

Az erősségek némi odafigyeléssel megtarthatók, akár lehetőségekké is alakíthatók, amelyek sikerrel járhatnak. A gyengeségekre pedig nagyon ügyelni kell, és törekedni a kiküszöbölésükre. Törekedni kell, hogy minél vonzóbbá tegye magát az egyetem, és amint elég érdeklődő és lehetőség van, újra szélesítsék a képzési palettát. (Domán – Tamus – Totth, 2009)

3. A KÁROLY RÓBRT CAMPUS MARKETING TEVÉKENYSÉGÉNEK BEMUTATÁSA 7P ALAPJÁN

„A vállalati marketingmenedzsment – a marketingcélok éérése érdekében – különböző marketingmix elemeket (marketing eszközrendszert) alkalmaz marketingdöntéseiben. A marketing-mix, más néven 4P rendszerének megfogalmazása McCarthy (1960) nevéhez fűződik.” (.....) Szolgáltatások esetében kiegészül további 3P elemmel, úgy mint a People (az emberi tényező), a Physical evidence (tárgyi elemek) és a Process (folyamat).” (Tamusné 2009, 25. oldal)

3.1. Product - Termék

„A szolgáltatás olyan cselekvés vagy teljesítmény, melyet egyik fél nyújt a másiknak, nem tárgyasult, nem eredményez tulajdonjogot , előállítása vagy kapcsolódik fizikai termékhez vagy nem.” (Tamusné 2009, 3. oldal, Kotler-Keller 2006)

A fenti fogalom és az iskola tevékenységét figyelembe véve szolgáltatásnyújtásról beszélünk. A Károly Róbert Campuson az oktatók a tudást kínálják a hallgatóknak. Ez a dolog nem megfogható immateriális érték, hatását pedig később érzékelik a hallgatók, valamint később is hasznosítják a megszerzett tudást. Mivel „a vevő csak a vásárlást, az igénybevételt követően tudja megítélni, értékelni” a kapott szolgáltatást, ez egy magas tapasztalati minőséggel rendelkező szolgáltatás. (Tamusné 2009, 34. oldal)

Több szempont alapján is vizsgálható a szolgáltatás. Ki végzi a szolgáltatást? Általában emberek nyújtják a szolgáltatást, és ez az oktatást tekintetében sincs másképp, hiszen oktatók adják le az órákat. Tehát jelen van az ügyfél is, vagyis a hallgató (kivétel a hibrid oktatás, ott a két fél nincs egy helyen, és időbeni csúszás is lehet). A szolgáltatás nyújtása során lakossági igények kielégítése történik az adott célcsoportnak, vagyis a hallgatóknak. Szolgáltató és vevő kapcsolata szorosnak mondható, hiszen a szolgáltatástermék átadása együttműködést kíván. (Tamusné, 2009)

Az alapszolgáltatás maga a tudás átadása, viszont ez állandóan változik a fejlődő tudományoknak köszönhetően, illetve igazodnia kell a piac elvárásaihoz is. Az intézmény partnerei, vagyis a különböző cégek igényei is változhatnak, amit szintén figyelembe kell venni annak érdekében, hogy a legjobb oktatást kínálhassák a hallgatóknak. A kiegészítő

szolgáltatások, mint tanulmányi osztály működése, nyelvvizsgáztatás, könyvtár, az alapszolgáltatáshoz kapcsolódnak, annak igénybevételét segítik és a szolgáltatás színvonalát növelik, vagyis befolyásolják a szolgáltatásélményt. (Tamusné, 2009)

A márkázást tekintve a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetemen belül a gyöngyösi intézmény a Károly Róbert Campus nevet viseli. Ez különbözteti meg az egyetem többi campusától. Az iskola saját logóval is rendelkezik az egységes egyetemi logón kívül. (Tamusné, 2009)

3.2. Price - Ár

„A szolgáltatások területén – szemben a fizikai termékekkel – kevés kivételtől eltekintve, nem jellemző az „ár”, mint kifejezés használata, a szolgáltatásnak többnyire díja, tarifája van. Ez az egyetlen P, a PRICE, amely bevételt jelent a szolgáltató számára és nem kiadást, költséget, vagyis ennek az egyetlen P-nek kell „finanszíroznia a további 6 P-t.” (Tamusné 2009, 51. oldal)

A fenti meghatározás szerint a felsőoktatási képzések is díj ellenében vehetők igénybe, hiszen a tanulmányi fél éveket finanszíroznia kell. Azonban vannak esetek, amikor ez kevésbé érzékelhető, például ha a hallgató magyar állami ösztöndíjjal támogatott formában végzi tanulmányait, vagyis a költségeket az állam állja egészen addig, amíg a hallgató tartja a meghatározott tanulmányi szintet. Más esetben „az önköltség összegét a felsőoktatási intézmények állapítják meg a Kormány által megadott keretek közt”. (https://www.felvi.hu/felveteli/jelentkezes/koltsegek_es_juttatasok/finanszirozasi_modok) A képzések díja, szintenként (FOSZK, BA/BsC, MA/MsC) és szakonként eltérhet. Minél magasabb képzettséget ad az adott szak és minél keresettebb, általában annál drágább is. Ebből kifolyólag a felsőoktatási szakképzés díja 180.000 - 200.000 Ft/félév, ezután következik az alapképzés körülbelül 220.000 Ft-tól akár 1.500.000 Ft-ig terjedhet, végül a mesterképzés 400.000 – 600.000Ft között mozog. (felvi.hu)

3.3. Place – Értékesítés helye

„A szolgáltatások többségére jellemző – az elválaszthatatlanságból eredően – hogy a szolgáltatás nyújtása és felhasználása nemcsak időben, hanem térben is elválaszthatatlan egymástól. Ez az elválaszthatatlan jelleg „megköveteli” a fogyasztó jelenlétét a szolgáltatási

folyamatban, napjainkban azonban, a szolgáltatók igyekeznek ezt az akadályt megszüntetni.”
(Tamusné 2009, 61. oldal)

Az értékesítés az egyetemi campuson történik általában egy időben és egy térben. Ez a leghatékonyabb oktatási forma, hiszen ebben az esetben tud a legjobban együttműködni az oktató és a hallgató. Azonban a Covid-19 járvány idejében történő online oktatásból még mindig maradtak „morzsák”, valamint közrejátszik sajnos az oktatók hiánya is. Népszerűvé vált a hibrid oktatás, ami azt jelenti hogy a szolgáltatást ugyanabban az időben kapjuk, de nem ugyanabban a térben. Például az oktató az ország másik végéről tartja az órát online, miközben a hallgatók a tanteremben hallgatják és nézik. Ebben az esetben hiányzik az oktató és hallgató közötti interakció, valamint a visszacsatolás is hiányos, és figyelem fenntartása is nehezebb. Ebből az következik, hogy romlik a szolgáltatás minősége.

3.4. Promotion – Eladásösztönzés, promóció

„A jó minőségű szolgáltatástermékekhez, a vonzó árhoz, a jól kialakított értékesítési csatornához elengedhetetlen a hatékony marketingkommunikáció, meg kell ismertetni szolgáltatásunkat az igénybevevővel, annak előnyös tulajdonságaival, kommunikálnunk kell a vevő felé, mennyiben nyújt többet a mi szolgáltatástermékünk, a versenytársakhoz viszonyítva.” (Tamusné 2009, 73. oldal)

A jó kommunikáció mindennek az alapja véleményem szerint. Ez természetesen megjelenik a szolgáltatás marketingben, hiszen kommunikáció nélkül nem érne el semmit a szolgáltató. Ahhoz hogy a kommunikáció a leghatékonyabb legyen, érdemes betartani a kommunikáció alapelveit. (Tamusné, 2009)

Első alapelv a belső kommunikáció fontossága és szükségessége. A campuson belüli információáramlás elengedhetetlen. Például egy hallgató kérdéssel fordul a tanulmányi ügyintézőjéhez, ő pedig nem tud helytálló választ adni a kommunikáció hiánya miatt, az nem megfelelő információáramlásra utal. (Tamusné, 2009)

Második alapelv szerint érdemes megjeleníteni a megfoghatatlan dolgokat. Érdemes prospektusokat gyártani, amely sok képpel van teletűzdelve, vagy a campus esetében gyakran vannak nyílt programok (rendezvények, eladások, találkozók), ahova bárki eljőhet és a saját szemével tekintheti és ismerheti meg az intézményt. (Tamusné, 2009)

Harmadik alapelv az ügyfelek bevonása, vagyis ebben az esetben az elégedett jelenlegi hallgatók és végzett hallgatók bevonása. A hallgatók elmondhatják véleményüket,

tapasztalataikat rendezvény formájában, vagy egy nemrég indult program keretein belül visszalátogathatnak középiskolájukba és ott előadást, valamint tájékoztatást tarthatnak az egyetemről. (Tamusné, 2009)

Negyedik alapelv a tradíció, vagyis a „minősített szolgáltató kommunikálása”, amely esetében maga az intézmény régre visszanyúló története és sikeressége „mesél” arról, hogy miért jó választás a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campusa. (Tamusné 2009, 75. oldal)

„Ideális esetben a vásárló a figyelem, az érdeklődés, a vágy, a cselekvés szakaszain végighalad. A gyakorlatban nagyon kevés marketingkommunikációs üzenet vezet végig a folyamaton a potenciális fogyasztót. Annak érdekében, hogy minél nagyobb hatást váltson ki a kommunikációs tevékenység, igen körültekintően kell megszervezni a kommunikációs stratégiát.” (Domán – Tamusné – Totth 2009, 312. oldal)

A campus is számos marketingkommunikációs eszközt vesz igénybe. Ilyen például a fizetett Facebook- és rádiós hirdetés, kiadványok, tájékoztatók. Azonban promóció legfontosabb eleme a PR. „A Public Relations tudatos, tervszerű kommunikációs tevékenység melynek feladata, hogy megszerezze és megtartsa azoknak az embereknek a megértését, rokonszenvét és megbecsülését, akiknek a véleménye közvetlenül vagy közvetve befolyásolja, befolyásolhatja a szervezet piaci helyzetét.” (Domán – Tamusné – Totth 2009, 323. oldal)

A PR munkatárs felel a kifelé történő kommunikációért, a közönséggel való kapcsolattartásért, illetve a rendezvények kommunikálásáért és népszerűsítéséért. Ezeken kívül tartja a kapcsolatot a sajtóval, sikerült is kialakítani egy stabil, megbízható kört újságírókkal, rádiókkal és hírportálokkal. Manapság hírértékkel rendelkező események a diplomaosztók, díjátadók, évfordulók, könyvtárban történő kiállítások, jótékonysági események, találkozók (Akadémiai Klub) előadások, rendezvények (GeoNigt, Ökoforradalom, Lányok Napja). Lényeges, hogy minél több helyen megjelenjen a campus neve és hírei.

Márkánk, vagyis az iskola nevének pozicionálása igen fontos a marketingkommunikáció szempontjából. „A pozicionálás az a technika, amellyel a vásárló emlékezetébe vessük azt az egyedülálló, leginkább megkülönböztető sajátosságot, amelyet mindenkiben tudatosítani kívánunk a márkánkkal kapcsolatban.” (Yadin 2000, 28. oldal)

3.5. People – Emberi tényező

„Az emberi tényezőknek a szolgáltatási folyamatban kiemelt szerepe van, hiszen a szolgáltatásokat – kevés kivételtől eltekintve – emberek nyújtják és emberek veszik igénybe. Az emberi tényező fogalmába tartozik az összes olyan személy, aki szerepet játszik szolgáltatási folyamatban, a háttérszemélyzet, a frontszemélyzet, az igénybevevők.” (Tamusné 2009, 101. oldal)

A legfontosabb emberi tényező a campus esetében oktató, az ő csoportjuk képezi a frontszemélyzetet. Vagyis a hallgatók velük kerülnek a legközelebbi kapcsolatba: az oktatók nyújtják a szolgáltatást, és a hallgatók veszik igénybe. Fontos kiemelni az oktatók szaktudásának, kreativitásának fontosságát, hiszen ez határozza meg őket, és azt hogy a tudást hogyan és milyen hatékonyan tudják átadni a hallgatóknak, illetve mennyire tudják ezzel lekötni a hallgatóság figyelmét. Ebből következik, hogy a hallgató mennyire szimpatizál az oktatóval, jobb esetben megvan az összhang, rosszabb esetben unszimpatia alakul ki, amin aztán nagyon nehéz változtatni. A szimpatizálás milyensége befolyásolhatja akár a tanulmányi eredményt is. A megfelelő kapcsolat kiépítéséhez mindkét félre szükség van, kölcsönösen kell tisztelniük és megérteniük egymást. A hallgatók oldaláról fontos szempont, hogy milyen az oktató követelménye, elvárása, valamint nagyban befolyásolja tanulmányaikat, hogy az oktató mennyire elhivatott a munkájával kapcsolatban, és fontos az is, hogy szeresse amit tanít, hiszen így nagy valószínűséggel a diákok is megkedvelik az adott tárgyat.

A háttérszemélyzethez tartozik mindenki más, aki az intézményben dolgozik, például recepciósok, takarítószemélyzet, kertészek, karbantartók, informatikusok. Velük kevesebbet találkoznak a hallgatók, de amikor találkoznak, fontos hogy a háttérszemélyzet tagjai is pozitív benyomást keltsenek a hallgatóban, mert helytelen magatartásukkal könnyedén ronthatnak az összképen. Illetve az is sokat számít, hogyan vannak felöltözve az intézmény dolgozói, hiszen ez is egyfajta pozitív és csalogató kisugárzása a campusnak.

A frontszemélyzet és a háttérszemélyzet metszetébe sorolható a tanulmányi osztály, hiszen ügyfélfogadási időben a tanulók velük is találkozhatnak, de nem mindenki, hiszen vannak akik csak a háttérben dolgoznak. A hallgatók általában kérdéssel vagy panasszal szoktak fordulni ide. Fontos szerepet játszik, hogy itt hogyan kezelik a hallgatókat, ugyanis ha az ügyintéző hozzáállása nem éppen helyes, ebben az esetben is könnyen kialakulhat unszimpatia. Jobb esetben pedig szimpatia. Ez akár attól is függhet, hogy a hallgató melyik ügyintézőhöz kerül.

3.6. Physical Evidence – Fizikai tényezők

„A fizikai környezet tárgyi elemek sokasága, a szolgáltatás fizikai értelemben vett környezete, a szolgáltatás látképe. Milyensége jelentős mértékben befolyásolja az igénybevevő teljes körű, összetett szolgáltatásélményét.” (Tamusné 2009, 117. oldal)

Meghatározó benyomást kelt az első pillantás. Ez leginkább a külső környezeti elemekre vonatkozik, hiszen ha meglátunk valamit, másodpercek alatt eldöntjük, hogy tetszik-e az adott dolog vagy sem. Ha nem tetszik, lehet, be sem megyünk az adott helyre, vagy szkeptikusan szemléljük a továbbiakat. Így van ez a campus esetében is. Fontos, hogy az épület szép homlokzattal, és környezettel rendelkezzen. A Károly Róbert campus kívülről modern és korszerű épületnek néz ki, melyhez nagyban hozzájárul például, hogy szinte az egész tetőt napelem borítja. Ez azt is sugározza, hogy hangsúlyt fektetnek a környezetvédelemre. Ha jobban szétnézünk, akkor egy csodaszép, színes kert tárul elénk, tele virágokkal, cserjékkel és fákkal, szökőkutakkal, valamint egy patakkal: ezek is komfort érzetet biztosíthatnak. Ha kocsival érkezünk két parkoló is rendelkezésre áll a főépület mögött. Minden információ ki van táblázva: merre vannak a különböző épületek, hol vannak a parkolók és természetesen a logóval is találkozhatunk, ami több helyen is fel van tüntetve.

Ezután következnek a belső környezeti elemek. Amint belépünk a főépületbe, egy nagy aula vár, recepcióval és további információs táblákkal. A lenti részen található egy szépen felszerelt és kialakított könyvtár, valamint egy étterem. Az épület fentebbi részein találhatóak az előadók és a termek, valamint a különböző osztályok és a vezetőség irodái. A termek korszerűen vannak berendezve, padokkal, kényelmes székekkel, projektorral, számítógépekkel vannak felszerelve. A közösségi terek, folyosók tágasak és világosak, valamint képek, szobrok és növények díszelnek még ezeken a területeken. Az épületen kívül és az épületben az egyetemi szinten egységes zöld szín mellett feltűnnek a Károly Róbert Campus színei: kék és sárga.

A marketingfunkciókat tekintve a campus szép és vonzó „csomagolásban” van, a design vonzza az agár, a technika és a gazdaságtudományok kedvelőit, és a campus tárgyi tényezői is jó minőségről árulkodnak. A járvány idején új fizikai környezet – az online tér - került előtérbe, habár korábban is jelen volt, nem fektettek rá akkora hangsúlyt. Azonban a járvány elmúltával továbbra is, a mai napig megmaradt. Központi helyé vált a Neptun, illetve az e-learning, ami korábban konkrétan a fizikai környezetet jelentette. Ezen a kettő platformon zajlott akkoriban az oktatás, de manapság is sokat használgák. Emellett felkapottabb lett a közösségi média, ezen belül a weboldal, a Facebook és az Instagram. Ezeken az oldalakon

tudnak tájékozódni a hallgatók, tehát fontos, hogy naprakész, átlátható legyen. (Tamusné, 2009)

3.7. Process – Folyamat

„A szolgáltatási folyamatok optimális megszervezése lehetővé teszi, hogy az egyes szolgáltatási elemek megfelelően épüljenek egymásra és mindenki tudja, hogy mi a feladata a szervezetben.” (Tamusné 2009, 129. oldal)

A folyamat kezdő lépéseként a leendő hallgató érdeklődést mutat az intézmény felé, majd lehetősége is lesz részt venni különböző programokon, eseményeken. Például egy nyílt napon, egy EDUCATIO kiállításon megismerkedhet a campussal, vagy bármilyen egyéb nyílt esemény alkalmával ellátogathat az iskolába.

Felsőoktatási intézmény választása esetén a leendő hallgatónak alaposan át kell gondolni, hogy melyiket választja és miért. „A vásárlás emocionális tényezői – érzelmek, vágyak, hangulati elemek stb. – csökkenthetik, illetve növelhetik az egyes termékek/szolgáltatások iránt jelentkező vásárlási igényt. A termékekről és szolgáltatásokról kialakult első benyomások rendszerint érzelmekhez kötődnek, és a vásárlóban sokfajta érzelmi hatást válthatnak ki.” (Hofmeister 2014 (2017), 149. oldal)

Tehát a fogyasztói magatartást nagyban befolyásolja például, hogy az iskola hogyan kommunikál a leendő hallgatókkal, hogyan ítélik meg a médiában, és mennyire pozitív a megjelenésük, illetve a „kisugárzása”.

Miután jelentkezett és felvették, igazán közelebről ismerkedhet az egyetemmel, lehetőség van gólyatáborra, ahol találkozhat szaktársaival, csoporttársaival, HÖK tagokkal, felsőbb éves hallgatókkal és tanárokkal. A félév indulásával pedig számtalan egyetemi program és esemény várja a hallgatókat. Az egyetemi félévek során az oktatók sokat segítenek a tanulmányokban, ezzel is könnyebbé téve a tanulás folyamatát. A felmerülő problémákkal lehet fordulni akár az oktatókhoz, szakfelelősökhöz, konzulensekhez, de a Tanulmányi Osztály fő feladata a panaszkezelés vagy a kritikus kérdések megválaszolása. A folyamat fontos része a megfelelő panaszkezelés, amit kellő felkészültséggel, szakszerűséggel, rugalmassággal és helyes magatartási formával kell kezelni, hogy a hallgatóban ne keletkezzen negatív élmény, mert azzal akár el is veszíthetik a hallgatót a későbbiekben. Viszont a hallgatónak is megfelelő magatartást kell tanúsítania, és kölcsönös tiszteletet a problémamegoldás során, hiszen így lehet a leghatékonyabb az együttműködés. A képzés

leteltével vizsgáznia kell a hallgatónak, ezzel „felmutatva” az elmúlt félévek munkáját. Sikeres vizsga után kiléphet a munkaerőpiacra vagy folytathatja tanulmányait a számára érdekes szakokon. Így a folyamat tovább folytatódik, egészen addig, míg véglegesen el nem hagyja a felsőoktatást.

3.8. Értékelés

Az értékelést saját szemszögből tenném meg, tekintve hogy a 4 féléves tanulmányom alatt milyen tapasztalatokat szereztem.

A campus épülete a termék szempontjából értéket képvisel. Viszont az építészeti érték mellett van a sokkal fontosabb immateriális érték, vagyis a tudás. Ezt a tudást a hallgatók sehol máshol nem kaphatják meg, ilyen formában, csakis itt. Ugyanis minden oktatónak megvan a saját stílusa, személyes értéke, amellyel még inkább növelheti az átadott tudás értékét – jobb esetben. Más iskolában, más oktatókkal ezt nem biztos hogy így kapná meg a hallgatóság. A képzési paletta pedig igen színes, valamint a környéken lévő munkaerőpiachoz van igazítva.

Az árat, vagyis ezen szolgáltatás esetében a díjat korábban központilag határozták meg, amire csak minimális ráhatása volt az egyetemeknek. Egy új szabályozásnak köszönhetően ez egyetemi hatáskörbe került.

Az értékesítés helye esetemben, kizárólag az iskola volt. Személyes jelenléttel történt az oktatás többnyire, ahol hatékonyan együtt tudtunk működni az oktatókkal. Azonnali interakciók és visszacsatolások voltak, valamint jó kapcsolatokat alakítottunk ki az oktatóinkkal, illetve csoport- és szaktársainkkal. Azonban néhány óránk hibrid oktatás keretében zajlott, amikről nem mondható el annyi jó dolog, mint a személyes oktatásról. Ebben az esetben is az iskolában ültünk, viszont az oktatót csak a kivetítőn láhattuk, mert az ország másik feléről tartotta az órát. Ez az oktatási forma nem volt túl előnyös, ugyanis korántsem volt olyan érdekes, és nem kötötte le a figyelmünket. Gyakran nem működött a technika, ami komolyan hátráltatta az amúgy is nehézkes munkát; pedig mind az oktatók, mind az informatikusok dolgoztak a problémákon. Viszont így is próbáltuk közösen együttműködve kihozni az adott helyzetből a legjobbat.

A szakmai gyakorlatom során betekintést nyertem abba, hogy a promóció milyen szerepet játszik az intézmény esetében és hogy milyen fontos is ennek a megléte. Manapság egyre több az információ, és ennek az áramlása egyre sebesebb. A lépést pedig tartani kell a rohanó világgal. Éppen ezért a közösségi média az életünk szerves részét képezi. A legaktívabb

tevékenység a campus Facebook oldalán zajlik. Viszont más platformokon is jelen van az iskola, például a weben és az Instagramon. Minél több helyen szólítják meg az embereket, annál jobb, mert így sok-sok emberhez eljuthatnak a hírek és információk. Az intézmény jó kapcsolatot ápol a sajtóval, különösen a helyi médiával, többek között a Gyöngyösi TV-vel, Heves Megyei Hírlappal, Gyöngyösi Újsággal (nyomtatott és online formátumban). Ezen túl még a campussal történő kommunikációra is van lehetőség, több platformon keresztül, ezzel biztosítva a célcsoport elérését.

Az egyik legfontosabb tényezőnek számítanak a campus oktatói. Az általam megismert tanárok mindannyian kiválóak voltak. Korrekt hozzáállással és elvárásokkal rendelkeztek, valamint segítőkészek voltak és néhányan elnézők. Voltak köztük szigorúbb oktatók is, akik keményen megkövetelték a tananyagot, de ha más szemszögből nézzük, akkor igazából ez sem volt olyan nagy gond, mert ezáltal is csak erősítettek bennünket. Valamint voltak „lazább”, közvetlenebb oktatók is, akikkel felszabadultabbak voltak az órák, és belefért egy rövid könnyed beszélgetés néha-néha. Minden oktató másképp közelített felénk, de mindegyiknek megvolt a maga előnye. Ezáltal mi hallgatók is többé és jobbá válhattunk, annak következtében, hogy láthattuk és megkaphattuk a személyes értékeiket.

Fizikai környezetet tekintve, a legelső találkozásom az iskolával a beiratkozáskor történt. Előtte sajnos nem volt nyílt nap, még a járvány miatt, így vaktában kellett döntenem a felsőoktatási intézményről. Választásom egyébként a pozitív szájreklám miatt esett erre az egyetemre, ezen belül pedig Károly Róbert Campusra. Mivel növényimádó vagyok, egyből megtetszett a campust körülvevő környezet. Az épület is szép, modern látványt nyújtott. Beérve pedig hatalmas tér fogadott és a félemeletről lógó sok, szép zöld növény; ez is egyből megtetszett. A recepciós igazán kedves volt, valamint az információs táblák is sokat segítettek. A tanulmányi osztályon egy segítőkész ügyintézőhöz kerültem, akivel szépen el tudtunk mindent intézni. Később felfedeztem a főépület többi részét is. Többnyire rendezett és korszerű termek fogadtak, valamint tetszett, hogy a folyosó úgymond közösségi térré volt alakítva sok asztallal és székekkel. A véleményem a mai napig ugyanez. Szívesen megyek campusra, ahol ez a szép környezet fogad kívül és belül egyaránt. Az oktatás kiegészítésére használt „virtuális fizikai környezet”, vagyis az e-learning és a Neptun is megfelelő volt számomra, csupán néhány nehézségem akadt velük.

A folyamatot, vagyis az elmúlt néhány félévet viszonylag problémamentesen tudhatom a hátam mögött. Pár fennakadáson kívül elégedett voltam azzal, amit kaptam az intézményben.

4. SZAKMAI GYAKORLAT

Szakmai gyakorlatom során megismerkedhettem a PR szépségeivel, ráadásul én is részese lehettem ennek a sokoldalú tevékenységnek. Nagy Réka, a Károly Róbert campus PR szakembere mellett sosem unatkoztam, rengeteg mindenbe belevont. A személye és munkája is izgalmas és érdekes volt. Röviden a PR gyakorlatilag intézményi kommunikációt jelent: kifelé a külvilág felé, illetve befelé a kollégák felé. Fő feladat volt a közösségi média vezetése, vagyis Web, Facebook és Instagram kezelése. Hasonlóan fontos a sajtóval történő kapcsolattartás is, illetve a környezet informálása. Ezzel elkerülhetők az ellenséges magatartási formák a környezet részéről és az eredménytelen kommunikáció. (Tamusné, 2009)

Feladatai közé tartozik még az események szervezése, asszisztálása, rögzítése, amelyekről később cikket ír és megjelenik a különböző oldalakon.

A továbbiakban pedig beszámolok a saját tevékenységeimről, melyet PR asszisztensként végzetem közel négy hónap alatt.

A leggyakrabban előforduló tevékenység a programok és rendezvények szervezése volt. Asszisztensként volt alkalmam végigkövetni ezeket az elejétől a végéig. Az első jelentősebb program a záróvizsga volt, ahol a sajtó munkájának koordinálásában vettem részt, valamint fotókat készítettem az eseményről, melyek később az erről szóló – szintén általunk készített – cikk mellett jelentek meg.

Talán a legnagyobb esemény, amin részt vettem az EDUCATIO Kiállítás Budapesten. Itt résztvevőként voltunk, nem pedig szervezőként. Lényege, hogy az esemény során „eladjuk” a campust, illetve a tájékoztassuk és segítsük az érdeklődőket. Az eseményre névtáblákat készítettünk valamint pólókat osztogattunk a résztvevő oktatóknak és hallgatóknak. Ezután következő igen csak fontos esemény az intézmény számára a nyílt nap. Már jóval előtte nekikezdünk a készülődésnek: irányítótáblákat készítettünk és helyeztünk ki, Facebook reklámot indítottunk annak érdekében, hogy még jobban elérjük a célcsoportot.

A Nyílt Napon az első feladat a standok kipakolása volt, és az egyetem logójával ellátott ajándéktárgyak összekészítése. Majd játékokkal vártuk az érdeklődőket, beszélgetésekben is részt vettünk, amelyben megosztottuk a látogatókkal a személyes tapasztalatainkat. A program alatt több fotót is készítettünk a későbbi poszthoz.

Említésre méltó a diplomaosztó eseménye is, amelyről szintén cikket írtunk és mellékeltek a készített képeket.

A magyar Agrár- és Élettudományi egyetem szervezésében megrendezésre került a MEFOB síverseny a mátraszentistváni a síparkban. Komoly szervezés előzte meg az eseményt: számos megbeszélés zajlott, melyeken jómagam is részt vettem. A síversenyen feladatunk volt a rajtsomagok és rajtszámok osztása a versenyzőknek, a sajtóval való kapcsolattartás és természetesen a jobbnál jobb fotók készítése.

Február közepén eredményesen zárult az Év embere szavazás, hiszen kettő gyöngyösi campusos oktató is dobogós lett. E szép esemény alkalmából interjúkérdésekkel fordultunk Lakatos Márk és Domán Szilvia oktatókhoz. Majd mindent egybevetve írtuk meg róluk, díjazottakról a cikket.

A campus részt vett egy globális eseményen, a Geonight programsorozatában, amely során több hallgató is mesélt különböző desztinációkról, ahol esetleg jártak vagy csupán rajongtak érte. Az eseményen fő feladatunk az előadások megörökítése volt, illetve egy arról készült cikk posztolása képekkel.

Az Ökoforradalom nevű rendezvény immár másodjára került megrendezésre a környezettudatosság jegyében. Feladatom volt egy komplex játék összeállításának segítése. Az alapkoncepció egy logó felismerő kvíz volt, amelyhez képeket kerestem a környezettudatossággal kapcsolatban. Ezeket a képeket kellett párosítani a különböző logókhoz. Majd állításokat, érdekességeket és tényeket is gyűjtöttem. Olyan megdöbbentő információkat kerestem, amik akár komoly elgondolkodásra is késztették a játékban részt vevőket. Ezen kívül több megbeszélésen, egyeztetésen is részt vettem, hol lehetőségem volt belátni a színfalak mögé és realizálni, hogy mekkora munka is ez.

A rendezvényt a Radír Kft. szervezte, a campus csak a helyett adta, azonban besegítettünk, illetve a kapcsolattartásban volt szerepünk. „A nagyszabású esemény azért jön létre, hogy aktívan, akár játékosan és szórakoztatva vezesse rá a különböző korcsoportokat, hogy most már itt az idő, hogy mindenki a maga szintjén tegyen valamit a földünk érdekében. A környezetvédelem és tudatosság tanulható, a fenntarthatósági lépéseket el lehet sajátítani, az ÖKO gondolkodás kialakítható. A rendezvény ezeket és ennek iramát szeretné fokozni.” (<https://okoforradalom.hu/oko-forradalom/>)

Számomra ezek voltak a legjelentősebb és legérdekesebb események, viszont ezen túl szerveztük és/vagy végigkísértük még a Pályaorientációs Napot, Nyelvvizsga felkészítő tanfolyamot, Gazdakonferenciát, Akadémia Klubos programokat, megemlékezéseket, Karrier Napot, Lányok Napját, számos versenyt és kisebb eseményeket.

A felsorolásból az Akadémiai Klubot emelném még ki, amely a tudománynépszerűsítő előadásokra koncentrál. A sajtómeghívás és Facebook, illetve a webes esemény létrehozása a

PR feladata. Az általános teendők mellett a meghívókat is eljuttatja az évek alatt összegyűjtött érdeklődők email címére

Ez idő alatt jobban is megismerkedhettem a sajtós partnerekkel. Állandó „vendég” a rendezvényeken a Heves Megyei Hírlap, a Gyöngyösi TV és Gyöngyösi Újság. A kapcsolatarató minden esetben a campus PR-osa, időnként ötletgazda különböző cikkekhez. Nem feltétlenül a campusról kell hogy szóljanak egyes megjelenések, elég ha megjelenik az intézmény neve. Ilyen esetekben a campus munkatárai, oktatói „csak” szakértőként vesznek részt az sajtóanyagok elkészítésében.

A PR-os feladata még, hogy megszervezze a sajtómegjelenéseket, biztosítsa a sajtóanyaghoz a háttér információkat, leszervezze az interjúkat, és esetenként ellenőrizze, vagy ha kell, javítsa a cikkeket.

A nyugodt és eseménymentes napokon online és offline sajtófigyelést végeztem. A feladat keretein belül utána kellett néznem az intézményi megjelenéseknek, majd megszerezni azokat, hogy aztán a PR-os hatékony ellenőrzést tudjon végezni

Az egyetem büszkesége, hogy campusunkról is részt vettek hallgatók az Országos Tudományos Diákköri Konferencián (OTDK). Ennek okán több mini interjút is összeállítottunk a versenyzők részére, ami keretein belül beszámolhattak tapasztalataikról és élményeikről, betekintést nyújtva a munkájukba, illetve a rendezvénybe.

A jeles napokat az egyetem is tartja, illetve megemlékezik róluk, ilyen például a nőnap, március 15., Húsvét. Alkalomhoz illő, aktuális képekkel tűzdelt posztok jelentek meg, amiket a PR-ossal közösen készítettük el. Ez azért előnyös, mert így kicsit színesebbé is teheti a közösségi oldalakat, valamint szimpátiát válthat ki a látogatókból. Ezen túl év elején készítettünk egy szakbemutató sorozatot, melynek célja, hogy közvetlenebbül, a hallgatók és oktatók által megismerkedhessenek szakjainkkal az érdeklődők; ezeket Facebookon és Instagramon osztottuk meg.

Vannak azonban olyan posztok is, melyeket nem mi alkottunk, hanem központilag kapta meg a PR-os, és azt kell megosztani a felületeken. Vagy például olyan esetek is vannak, amikor a összes campus weboldalán aktiválják a cikkeket szintén központilag. A PR-osnak nem közvetlen feladata, de szerepet szokott vállalni a campuson helyet kapó kiállítások szervezésében és azok népszerűsítésében, plakátok, illetve Facebook események segítségével. Ezen túl gondoskodik arról is, hogy a sajtóban is megjelenjenek a kiállítások.

Egyéb feladatink is akadtak a hetek folyamán:

- A campus weboldalon gyakorlati lehetőségek aktualizálása
- Reprezentációs ajándékok leltározása
- Névjegykártya készíttetés a campus főigazgatónak
- Különböző rendezvény felhívások posztolása
- Erasmus+ oldal aktualizálása
- Ösztöndíjakról szóló poszt készítése
- Erdőtélki Arborétum kiadvány véglegesítése, nyitva tartás aktualizálása

5. SZAKMAI GYAKORLAT ÖSSZEGZÉSE

Az elmúlt pár hónapban egy másik oldalát is megismerhettem a campusnak. Betekintést nyertem az intézmény működésébe, és az ott dolgozók oldaláról szemlélhettem a dolgokat. A korábbi félévek során tanultakat érvényesíteni tudtam munkám során. Szembesültem azzal, hogy ez a háttértevékenység nem is olyan egyszerű, mint ahogy kívülről tűnik. Egy felsőoktatási intézmény működése igen sokoldalú és összetett: rengeteg munka és energia kerül befektetésre. Mindig kellemes légkör volt jelen az irodákban, a jól összecsiszolódt munkatársak vártak, akik egyből befogadtak a csapatba. Segítségükre bármikor számíthattam. Ez is nagyban hozzájárult a sikeres szakmai gyakorlatomhoz.

6. ÖSSZEGZÉS

Zárárdolgozatomban elsőként az intézmény megalakulását és fejlődését részleteztem, vagyis a mostani állapothoz vezető útról írtam – a legfontosabb részleteket és pillanatokat kiemelve. Ezután bemutattam a most Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert campusaként működő intézmény különböző szakjait, különböző képzési szinteken. A piaci pozíciójának vizsgálatához a SWOT elemzést hívtam segítségül, melyben saját tapasztalataimat jelenítettem meg Ezen keresztül mutattam be az intézmény erősségeit, az ebből következő lehetőségeket, valamint a gyengeségeket és a veszélyeket. Ezeket figyelembe véve lehet a campus sikerebb és segítségével kiküszöbölheti a problémákat. A Károly Róbert Campus marketingtevékenységének bemutatását a 7P szerint végeztem, vagyis szó esett a nyújtott szolgáltatásról, annak díjáról, helyéről, promóciójáról; a fizikai környezetről, emberi tényezőkről; és magáról a folyamatról. Végül a dolgozatomban bemutattam a konkrét, elvégzett szakmai gyakorlatomat. Írtam annak szépségeiről és érdekességeiről, továbbá a feladataimról és a tapasztalataimról. Öröm számomra, hogy részese lehettem az intézmény működésének – még ha csak rövid ideig is -, és megismerhettem a campus egy másik oldalát.

Felhasznált források

- [1] Tamus Antalné Dr. (2009) Szolgáltatásmarketing, Károly Róbert Kutató – Oktató Közhasznú Nonprofit Kft. Gyöngyös
- [2] Dr. Domán Szilvia – Tamus Antalné Dr. – Dr. Totth Gedeon (2009) Marketing alapok, Saldo Zrt. Budapest
- [3] Daniel L. Yadin (2000) Hatékony marketingkommunikáció, Geomédia Kiadó Rt., Budapest
- [4] Hofmeister – Tóth Ágnes (2014) (digitális kiadás 2017) A fogyasztói magatartás alapjai, Akadémia Kiadó, Budapest
https://mersz.hu/hivatkozas/dj24lafma_impreszum/#dj24lafma_impreszum
- [5] Veres (2017) A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Akadémia Kiadó, Budapest
- [6] Szeles (1999) Public relations a gyakorlatban, Geomédia Szakkönyvek, Budapest
- [7] Erikson – Szeles (1997) A sajtókapcsolat. STAR PR Ügynökség, Budapest

Internetes irodalom

- [1] <https://uni-mate.hu/int%C3%A9zetek>
- [2] <https://karolyrobertcampus.uni-mate.hu/a-k%C3%A1roly-r%C3%B3bert-campus-t%C3%B6rt%C3%A9nete1>
- [3] https://www.felvi.hu/felveteli/jelentkezes/a_magyar_felsooktatas/Kepzesi_szintek
- [4] <https://karolyrobertcampus.uni-mate.hu/>
- [5] https://www.felvi.hu/felveteli/egyetemek_foiskolak/IntezmenyiOldalak/intezmeny_lista.php?elj=23a
- [6] <https://okoforradalom.hu/oko-forradalom/>

Nyilatkozatok

NYILATKOZAT

a záródolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Juhász Klaudia
A Hallgató Neptun kódja: MGCD54
A dolgozat címe: Szakmai gyakorlat a gyöngyösi Károly Róbert Campuson, PR asszisztensként
A megjelenés éve: 2023.
A konzulens tanszék neve: Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

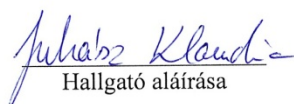
Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkor szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe.

Kelt: Zaránk, 2023. május 2.


Hallgató aláírása

KONZULTÁCIÓS NYILATKOZAT

A Juhász Klaudia (hallgató Neptun azonosítója: MGCD54) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a záródolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot a záróvizsgán történő védésre javaslom / nem javaslom¹.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem²

Kelt: Gyöngyös, 2023. május 2.



Belső konzulens

¹ A megfelelő aláhúzendó.

² A megfelelő aláhúzendó.