

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Szent István Campus
Gazdaság és Társadalom Tudományi Kar



PORTFÓLIÓ
(szakmai beszámoló)

Megyeri Domonkos

EWC5TG

Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés

Horváth Ádám
Egyetemi tanársegéd

Gödöllő, 2023

Tartalom

Bevezető	1
1. Vállalat bemutatása	2
1.1Az e-cégjegyzék adatai illetve az e-beszámoló adatai:	2
1.2 Vállalat fejlődése az e-mérleg és az eredmény beszámoló alapján.....	3
1.3 Működési területek és a projektek rövid bemutatása	3
1.3.1 Szakmai díj.....	3
1.3.2 Tehetségkutató és -gondozó	3
1.3.3 Oktatás.....	4
1.4 A vállalt által megrendelt kutatások.....	5
1.4.1 A hangtechnikai képzéshez „Hang? Fény? Érvényesülés!” alapkutatás figyelembe vétele	5
1.4.2 A tanulási, taníttatási hajlandóság mérése a hazai lakosság körében Országosan reprezentatív felmérés	6
2. A vállalat honlapjának elemzése	7
2.1 Context, kontaktus: elrendezés és dizájn.....	7
2.2 Content, tartalom: szöveg, kép, audio- és videotartalom	8
2.3 Community, közösség	8
2.4 Customization, egyediesítés	8
2.5 Communication, kommunikáció	8
2.6 Connection, kapcsolódás	9
2.7 Commerce, kereskedés.....	9
3. A szervezet piaci pozíciójának vizsgálata	9
3.1 Strengths – erősségek	9
3.2 Weaknesses – gyengeségek.....	10
3.3 Opportunities – lehetőségek	10
3.4 Threats – veszélyek	11

4.	A marketingeszközök jellemzése	11
4.1	Termékek és termékpolitika (product)	12
4.2	Árazás és árpolitika (price).....	12
4.3	Értékesítés és termékelhelyezés (place vagy distribution)	13
4.4	Hirdetés- és reklámpolitika (promotion)	14
4.5	Az Emberi tényezők (People)	16
4.6	Környezeti és tárgyi elemek (Physical Evidence)	17
4.7	Folyamat (Process)	18
5.	Gyakorlati időm alatt végzett tevékenység leírása és az elsajátított tudás	19
6.	Következtetések és javaslatok	21
7.	Irodalomjegyzék.....	24

Bevezető

A következő beszámolómban a Magyar Agrár és Élettudományi Egyetem Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzésén elvárt negyedik félévi gyakorlatomat fogom górcső alá venni. Melynek lényege, hogy az egyetemen három félév során kamatoztatott tudásomat, élesben egy cégnél tesztelhetem és tehetek még további tudásra és tapasztalatra szert.

A beszámolómban a cég életét eredményeit és környezetét fogom bemutatni, elemezni külső források és az cég által adott információk jegyében. Illetve mutatom majd be a feladataimat /feladatköreimet és az általuk nyert új információkat és tanultakat melyek szint úgy hozzá járulnak majd a szakma elsajátításában. Kiegészítve azzal, hogy amit az Egyetemen tanultam miként jelent meg élesben a valós munka környezetemben és miként tudtam mind ezeket alkalmazni.

Ezen tények tükrében bizonyosodhatok majd meg a végén, hogy a szakképzésen való részvételem elérte-e az kívánt egyetem által kitűzött eredményt.

1. Vállalat bemutatása

Az Öröm a zene nonprofit kft. (ÖAZ) amely oktatás és tehetséggondozás területén végez projekt feladatokat, pályázz és valósít meg. Az ÖAZ létrejöttének szükségszerűségét az adta, hogy a Hangszeresek Országos Szövetsége (HANOSZ) mint hangszergyártó és forgalmazók szakmai szövetsége céljai megvalósításának érdekében szüksége volt egy olyan külső nonprofit szervezetre mellyel stratégiai együttműködésben tud tevékenykedni oktatás, tehetségkutatás, - gondozás területén. Ezen indíttatás alapján került 2016-ban megalapításra.

1.1Az e-cégjegyzék adatai illetve az e-beszámoló adatai:

- Öröm a Zene Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság
- Cégjegyzékszám: 01-09-285036,
- Adószám 25711233-2-43, A cég statisztikai számjele :25711233-8559-572-01.
- A cég pénzforgalmi jelzőszáma:11713012-21214765-00000000
- Székhely1096 Budapest, Lenhossék utca 24.
- A létesítő okirat kelte: 2016. július 12. Bejegyzés kelte: 2016/07/14 Közzétéve: 2016/07/16 Hatályos: 2016/07/14
- Tulajdonosiszerkezet: Andrásik Remo, Hermann János, Balogh Ildikó
- A vezető tisztségviselő: Andrásik Remo önálló ügyvezető igazgató
- A tulajdonosok vezető tiszteséget látnak el a cégben, az alkalmazottak és az alvállalkozók a projektek függvényében változnak.(e-cégjegyzék)
- Tevékenységikör:
 - Fő tevékenység 8559 '08 M.n.s. egyéb oktatás
- Tevékenységek:
 - Előadó-művészet, egyéb szórakoztatás, szabadidős tevékenység
 - Művészeti létesítmények működtetése
 - Könyvkiadás, Folyóirat, időszaki kiadvány kiadása
 - Hangfelvétel készítése, kiadása, Film-, video- és televízióprogram terjesztése
 - Reklámügynöki tevékenység, Médiareklám, Piac-, közvélemény-kutatás,
 - Nyomás, Nyomdai előkészítő tevékenység (ceginformacio, 2023)

1.2 Vállalat fejlődése az e-mérleg és az eredmény beszámoló alapján

1. táblázat Öröm a Zene nonprofit kft. elmúlt három év fejlődése

	2019	2020	2021
Értékesítés nettó árbevétele (ezer HUF)	10 614	7 992	68 600
Üzemi (üzleti) tevékenység eredménye (ezer HUF)	1 448	4 891	23 506
Adózott eredmény (ezer HUF)	1 317	4 448	320

Ahogy az első táblázatban látható a pénzügyi adatok alapján az utóbbi három évben 2019-2021 cég árbevétele és nyereségessége nőtt, ez alapján kijelenthető, hogy a cég folyamatosan fejlődik.

Ez első sorban annak köszönhető, hogy a cég projektjeinek száma és a projektek volumene nőtt. (e-beszamolo.im.gov.hu, 2019.2020,2021)

1.3 Működési területek és a projektek rövid bemutatása

1.3.1 Szakmai díj

A Hangszeres Országos Szövetsége által 2013-ban alapított „Zenélni” díj egy olyan szakmai elismerés, amellyel az egyes kategóriákban tevékenykedő személyek hangszeres-élőzene népszerűsítése iránti elköteleződését, és az ebben az irányban kifejtett aktivitást díjazta.

Az alapvető célok meghagyása és újabb célok megfogalmazása mellett 2014-ben a „Zenélni” mozgalom „Öröm a Zene!” névvel folytatódik tovább, így a Zenélni díj azóta *Öröm A Zene Díj* néven kerül átadásra. A díjkategóriák:

Az év zenésze, zenei helyszíne, zenepedagógusa, felfedezettjei, hangmérnöke, hangtechnikusa, fény- és látványtechnikusa, zenei újságírója, hangszerjavítója, különdíjasa (oromazene.hu, 2023)

1.3.2 Tehetségkutató és -gondozó

Hangfoglaló Hétfő Edukációs ének-zenei versenysorozat néven indult el 2009-2011-ben. Az Ausztráliából származó kezdeményezés célja, hogy egy időben, egyszerre adják elő minél többen egyazon dalt. Magyarországon három alkalommal, 2009 és 2011 között került megrendezésre. A három év alatt 550.000 néző tekintette meg az internetre feltöltött videókat. Hangfoglaló Magyarország néven futott tovább 2012-2014 között.

A Hangszeresek Országos Szövetsége, az Artisjus Magyar Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület, a Magyar Művelődési Intézet és Képzőművészeti Lektorátus, továbbá 16 regionális és országos, valamint 4 határon túli magyar nyelvterületű könnyűzenei tehetségkutató összefogásának

eredményeként, páratlan méretű és összetételű tehetségkutató-sorozatot hirdettek Hangfoglaló Magyarország néven 2012-ben. A tehetségkutató-sorozat alappillérei a gyakran két évtizedes múltú visszatekintő regionális, országos és határon túli tehetségkutató fesztiválok, versenyek, táborok voltak.

A Hangszeresek Országos Szövetsége (HANOSZ) 2014-től újra fogalmazta az addig megtett utat és egyetlen társadalmi programmá szélesítette a korábbi kezdeményezéseit, melynek értelmében az Öröm A Zene története négy szál összefonódásának ésszerű egyesítéséről szólt:

- A Gitármánia és Zenei Továbbképző Tábor, amely alapot teremtett az élményközpontú zeneoktatás megvalósításához.
- A Zenélni társadalmi kampány
- A Hangfoglaló Hétfő, később Hangfoglaló Magyarország, ma Öröm A Zene (Zenei, szerzői és hangszeres tehetségkutató és gondozó sorozat)
- A Zenélni Díj, ma Öröm A Zene díj
- Így végső soron a HANOSZ alapvető a hangszeres élő zene és zenélés népszerűsítésére és annak oktatására vonatkozó célkitűzései egyesülnek ebben a programban.
- A társadalmi igényre és a kiváló szakmai munkára való tekintettel a támogatók sorába lépett be a Nemzeti Kulturális Alap (NKA) a Cseh Tamás később Hangfoglaló program, és a Petőfi Irodalmi Múzeum. (oromazene, 2023)

1.3.3 Oktatás

Az Öröm A Zene oktatási metódus a Gitármánia és Zenei Továbbképző Tábor 1994-es kezdeteihez nyúlik vissza. A tömeges, élmény alapú zeneoktatás és a könnyűzenei alapképzés intézményesítésének koncepciója egyre szélesedő társadalmi igénynek megfelelően mind internetes mind fizikai otthont adó iskolai környezetet szeretne létrehozni.

Az Öröm a Zene iskola a Szent György Hang- és Filmművészeti Technikum közösen üzemeltetett épületében indult el. A covid járvány miatt felfüggesztett fizikai iskola újra tervezése és internetes oktatás, távoktatás fejlesztése jelenleg zajló projekt. Ennek keretein belül tevékenykedtem gyakornokként.

Jelenleg egy módszertani központ került létrehozásra, amely akkreditált oktatási anyagokat hoz létre nyomtatott és elektronikus formátumban. Az elektronikus formátum videó és interaktív internetes anyagokat is tartalmaz.

A módszertani központ felépítése a könnyűzenében használt alaphangszerek (gitár, basszusgitár, billentyűs hangszerek, dob és ütőhangszerek, ének) oktatási helyiségei mellett kialakításra került egy hang-videó felvételi stúdió, melyekben zenekari gyakorlat oktatása,

valamint hangtechnikai képzés is lehetséges. Az elkészült felvételek utómunkájához szükséges videó utómunka szoba, grafikai stúdió valamint internet fejlesztéshez hardver és szoftver bázist került kialakításra.

Kezdő és haladó szintű oktatás mellett jelentős figyelmet fordítanak a kreativitás, szövegírás, dalszerzés, kibontakoztatására, fejlesztésére, [5]letszobrász óráik segítségével. Helyet kapott a működtetést és a pályázati elszámolást segítő adminisztratív valamint pénzügyi-gazdasági részleg.

Az univerzális tárgyaló helyiség lehetővé teszi a külsős marketing és üzletfejlesztési tanácsadó cégekkel történő munkafolyamatokat mind személyes mind online meeting keretében. Itt zajlik még a tanárokkal a szakmai egyeztetés a tananyagokat illetően, valamint a gyártás megtervezése és ellenőrzése.

Tanárok többsége egy évtizede szinte teljes egészében működik együtt és működteti, fejleszti összehangolt oktatási módszerét, amellyel fiatal zenész, zene szerető és értő generációk egész sorát indította már el. A gitármánia és zenei továbbképző tábor több évtizedes tapasztalata képi az alapját az elkészülő tananyagoknak. (oromazene.hu, 2023)

1.4 A vállalt által megrendelt kutatások

Az oktatóanyagok és az internetes felület kialakításában fontos szerepet játszottak piackutatások a könnyűzenei szférában. Ezen kutatásokhoz kaphattam hozzá férést és fogok a következőkben röviden összegezve írni.

1.4.1 A hangtechnikai képzéshez „Hang? Fény? Érvényesülés!” alapkutatás figyelembe vétele

A tanulmány célja, hogy leírja a magyarországi hang-, fény- és látványtechnikai munkaerőpiacot, annak összetételét és sajátosságait, feltárja a szektor helyzetét és problémáit, bemutassa a változásokat, amelyek a szektor jelenjét és jövőjét meghatározzák. A munka alapját adó kutatást a Hangszerek Országos Szövetsége és a Szent György Nonprofit Közhasznú Kft. megbízásából 2020-ban a winwinwin Kutató és Tanácsadó Kft. végezte.

A szekunder adatelemzés során főként észak-amerikai és részben nyugat-európai, valamint hazai szakirodalmi források által megosztott ismereteket dolgoztak. A primer adatok három forrásból származtak:

- Online survey adatfelvétel 267 hang-, fény- és látványtechnikai szakmakörben tevékenykedő személy érvényes válaszával, amelyet
- Rendkívül gazdag, másfél-háromórás, 50 válaszadóval készített mélyinterjúval

- További hat darab, mintegy kétórás, 4-7 fős fókuszcsoporthoz beszélgetéssel egészítették ki. Az adatfelvételek során egybehangzó, egymást kiegészítő véleményeket ismerhettek meg, a szektor fejlesztési javaslatai egy fő irányba mutatnak. (winwinwin, 2020)

1.4.2 A tanulási, tanítási hajlandóság mérése a hazai lakosság körében Országosan reprezentatív felmérés

A kutatásról engedélyt kérve csak annyi írhatok, hogy ez egy hangszeres könnyű zene tanulásáról szóló országos reprezentatív felmérés melyet egy külsős cég készített(*winwinwin kutató és tanácsadó kft.*) 2021 augusztusában 1000 fő részvételével. Nyereményjátékkal támogatott (3 db honor band okoskarkötő és 5 db 10 000 ft értékű media markt ajándékvásárlási utalvány) online kérdőíves adatgyűjtés volt. Célcsoportok: könnyűzenét tanítók, könnyűzenét tanulók vagy tanulni vágyók, könnyűzenét már nem tanulók vagy könnyűzenét játszó zenészek voltak. (winwinwin k. é., 2021)

2. A vállalat honlapjának elemzése

Az elemzésem előtt fontos megjegyezni, hogy az Öröm a Zene jelenlegi honlapja a most zajló arculatváltásnál egyik fontos kritériuma volt, hogy változtatnak rajta, modernizálják és teljesen lecserélik, melybe betekintést nyerhettem. Ezért az elemzésem során beletaglalom, miként fogják az észrevett hibákat majd javítani. (oromazene, 2023)

A honlapot a következő oldalakban a *Rayport és Jaworski 7C modellje* alapján fogom elemzeni. Amelyek a következő pontok:

2.1 Context, kontaktus: elrendezés és dizájn

A weboldal betöltését követően, amely gyorsan zajlott, egy viszonylag nagyon leegyszerűsített és inger szegény landing page fogad minket, amelyet nem mondanánk nagyon figyelemfelkeltőnek. Hiszen az alapszíne fehér ez egy fajta letisztultságot is sugároz, viszont nem egy megaragadó szín ez látható az első ábrán.

Az oldal maga átlátható az elrendezés túlon túl egyszerű. A honlapon látható három fő fejléc a tehetséggondozó, az iskola és szakmai díj, melyeknek az aláhúzása véleményem szerint időt múlt és nivótlan. Effektek, videók és látvány elemek nincsenek melyek szint úgy fontosak az oldallátogatók megtartása szempontjából. A logó látható nem egy szemet kápráztató modern stílusú logó, de sugározza a zenei tematikát és lényegre törő, mint ahogy a honlap is maga. A betűméret az olvashatósággal nagyobb probléma nincsen, viszont azt meg kell jegyezni, hogy ez a folyamatos fehér háttér ingerszegénysége bármely hosszabb információ olvasása alatt nagyon fárasztja a szemet, elveszik a kíváncsiság és az érdeklődés a honlap iránt.

Gyakorlati időm alatt megmutatták nekem az új honlap drótvázát, az új színeit, design-t és a logót melyek az előző sorokban említett hibákat majdhogy nem teljesen kijavítják.



1. ábra Öröm a Zene weboldala (Landing page) (oromazene.hu, 2023)

2.2 Content, tartalom: szöveg, kép, audio- és videotartalom

A tartalom informatív érdekes és hírértékű közepes hosszúságúak némely túlságosan hosszú és elnyúlt leginkább itt a hírekre gondolok, amelyek mindig frissítve vannak, ami pozitív dolognak mondható.

A képek és a videók általánosságba véve archív felvételek a tehetséggyógyító és díjátadó eseményekről. A képeknek az elrendezése egyszerűek tartalmuk bemutatja a lényegét a videók pedig beágyazott You Tube videók melyeknél a videók elindításakor akadályt nem találtam.

A videók kapcsán, amely nem tetszett, hogy van egy kettő mely Facebook-ról beágyazott videó és mihelyt rákattint az ember a Facebookra dob át a rendszer, amely nincs előre jelezve és egy fajta frusztráltságot okozhat. Látogató szerzés és megtartás szempontjából interaktív dolgok, mint játék ingyenes ajánlatok sorsolások nincsenek. Keresési lehetőség nincsen az oldalon, amely negatív pontnak gondolok.

2.3 Community, közösség

A kommunikációra lehetőség nagyon nincsen a weboldal látogatói között a közösségi média oldalak meg sajnálatos módon nincsenek feltüntetve. Gondolok itt a Facebook és az Instagram oldalra. (facebook.com, 2023) (instagram.com, 2023)

Viszont az újításnál a közösségi média felületeken a különböző hangszerek gondolok itt a gitár ,dob, ének, billentyű, basszusgitár hangszereket tanuló felhasználók, majd külön Facebook csoportokba léphetnek be és oszthatják majd meg egymással tudásukat, problémáikat és ismerkedhetnek meg egymással. Illetve a közösségi média felületek is egy új profilt kapnak interaktív és fiatalos posztokkal.

2.4 Customization, egyediesítés

Az oldal a különböző szegmenseknek fiataloknak, felnőtteknek és időseknek egyaránt egyértelműen és könnyen kezelhető, hiszen nagyon egyszerű és átlátható viszont inger szegény így a fiatalok közül alig tart meg bárkit is egyéni véleményem szerint. Ezen az újításnál az új design elemek és új lehetőségek, mint például a fórum nagyban megfog felelni a különböző szegmenseknek.

2.5 Communication, kommunikáció

A honlap nem interaktív és nincsen lehetőség kétoldalú kommunikációra ezt leginkább a közösségi média felületeken lehet megtenni, mint például a Facebook oldalon. Ezen fognak korrigálni az új weboldal készítésénél, hiszen lesz egy fórum, amin lehet majd kommunikálni a szolgáltatást igénybe vevőknek.

2.6 Connection, kapcsolódás

Jelen weboldal nem tünteti fel a Facebook, Instagram vagy egyéb más weboldalak linkjeit és látogatási lehetőségeit, amely szinte a legnagyobb hiba marketingkommunikáció tekintetében.. Viszont ez korrigálva lesz a tananyag beinputálásával és összekötésével, amely nagyon pozitív és látogató növelő és eredményt hozó lesz a weboldal számára.

2.7 Commerce, kereskedés

Az oldalon keresztül még nincsen lehetőség vásárlásra, viszont erre az újítás által a merchandising bevezetésével lesz lehetőség. A keresőoptimalizálást tekintve az Öröm a Zene névre rákeresve első tíz találat csak a róla szóló információkat tartalmazza elsőként a weboldalt feldobva .Ezzel egy fajta egyediséget is sugalva,hogy nincsen más ilyen jellegű tevékenység a könnyű zenei piacon jelenleg.

3. A szervezet piaci pozíciójának vizsgálata

Öröm a Zene kft. vállalat piaci pozícióját a hatékony SWOT analízis segítségével fogom vizsgálni és a következő 2 oldalban taglalni. Az analízis során az iskolát és a tehetséggondozót fogom górcső alá venni leginkább és a most tervezés alatt álló funkciókkal kiegészítve értem ez alatt az előzőekben említett honlapot az oktatási tananyagot.

Fontos megjegyeznem az elemzés előtt a konkurens és nem konkurens intézményeket, amelyek a Magyar könnyű zenei piacon oktatási szintén az Öröm a Zene számára konkurencia, de kooperatív partner is:

- Rocksuli (Debrecen, Cegléd, Budapest), Peron Music Tata.
- Az ÖAZ számára konkurencia, de nem kooperatív partnerek azok lehetnek a legális és illegális magántanárok.

A SWOT négy területe a következők:

3.1 Strengths – erősségek

Mit csinál jobban az Öröm a Zene , mint a konkurencia?

- A több évtizede működő Gitármánia táborból és a Hangszert a Kézbe programból könnyen és gyorsan lehet tanulói csoportokat toborozni.(utánpótlás gyanánt)
- Magánoktatáshoz képest intézményi háttér, legális működés, magas színvonalú szakmaiság
- Nemcsak egy hatékony könnyűzenei tananyagot kínál tagjai számára, hanem egy szórakoztató fejlődési életút lehetőségét vázolja fel a nappaltól a színpadig.

Milyen eszközökkel rendelkezik az Öröm a Zene , amivel mások nem?

- Akkreditált online oktatási tananyag
- Unikális tananyag
- Magyar nyelvű könnyű zenei online oktatói anyag

Milyen kimagasló készségek jellemzik a csapatot?

- Tanárikar és a csapat egy része több évtizede tevékenykedik a Gitármánia Zenei továbbképző táborban és a Hangszert a Kézben program interaktív előadásaival
- A gyártói részleg operatőr és a vágók mind a zenei szférában tevékenykedő emberek, ami ritka és nagy kincs tekintettel arra ,hogy a tananyag elkészítésekor a szakmai tudást igényelt minden egyes videó vágás animálás ábrázolás
- Az Öröm a Zene egy valódi közösséget kínál a tagjai számára, akik a minőségi önmegvalósítás jegyében, a legátfogóbb szakmai támogatással “hangszerelhetik” újjá az életüket
- Nagy tapasztalat a zenei programok, koncertek és rendezvények szervezésében és lebonyolításában

Miért szereti azt ÖAZ-t a célközönség?

- Élmény alapú zenetanulási lehetőséget nyújt majd
- Felmenő rendszert biztosít majd a szakképző intézmények részére

3.2 Weaknesses – gyengeségek

- Jelenleg az átmenetileg most is szünetelő fizikális oktatási intézmény hiánya.
- Energia krízis miatt magas működési költség
- Külföldi versenytárhoz képest kispiac méret
- Az érdeklődés a könnyű zenei tanulás iránt drasztikusan mérséklődni kezd
- Az intelligens és az okos technológia gyors fejlődése mellett való lemaradás/lemorzsolódás
- Az Öaz-hoz hasonló intézmény létrejötte melynek a koncepciója erősebb és a piaci vonalhoz alkalmazkodóbb
- Korlátozott erőforrások, ami korlátozhatja a szervezet növekedését és fejlődését

3.3 Opportunities – lehetőségek

- A klasszikus zeneiképzésből lemorzsolódó nagyszámú tanulók megnyerése ezzel is erősítve a könnyű zenei piacot és az illegális magántanárok visszaszorítását is erősítve ezzel.
- A konkurencia korlátozott interneten való jelenléte és webszolgáltatásainak hiánya

- Kooperatív intézményekkel zeneoktatási Network létrehozása és ezzel a School of Rock külföldi „franchise” alapú iskolával szemben egy versenyelőny, ha esetleg a School of Rock Magyarországra is behozná a franchise intézményét.
- Az oktatás által kifejlődött zenészekből további hírnevet szerezni, ÖAZ felhordó rendszere a könnyű zenében és ezzel is erősítve a klasszikus zenével szembeni fölényt.
- A fizikai ház praktikussá és olcsó fenntartásúvá tervezése (zöld ház program) az emelkedő bérlemény költségek és a gazdasági környezet folyamatos drasztikus negatív változásaira való tekintettel.
- A nemzetközi együttműködések és partnerek növelhetik a szervezet presztízsét és hatékonyságát ezzel erősítve a tőkeerős külföldi zeneoktatási oldalakkal szembeni esetleges versenyt.

3.4 Threats – veszélyek

- A Covidot követő és a háborús helyzetből eredő gazdasági környezet folyamatos drasztikus negatív változásai
- A fizető képes kereslet csökkenése a kétszámjegyű infláció miatt
- Emelkedő bérlemény költségek fizikai házra való tekintettel
- Saját tulajdonú ingatlan befektetéshez magas hitelkamatok
- A tőkeerős külföldi zeneoktatási oldalak több éves működési előzménnyel
- School of Rock külföldi „franchise” alapú iskola Magyarországi térnyerése
- Esetleges a könnyű zenei tanulás vissza szorítása és a klasszikus zene magasabbra helyezése az országban
- Hasonló intézmény termék létrejötte mely a vevőket elcsábítja kedvezőbb feltételek kínálva számukra

4. A marketingeszközök jellemzése

A vállalat marketing mix elemeinek elemzését a 7P modell segítségével fogom elemezni és a már említett fejlesztés és arculat váltás szerint fogom még kiegészíteni a pontokat, amelyekkel nem csak színesebbé teszem a beszámoló e fejezetét, hanem megmutathatom a gyakorlatom alatt milyen részekbe kaphattam betekintést a munkafolyamatok alatt kezdve az online tananyag csomagjainak ár kialakításától egészen addig mit ad maga az online tananyag a felhasználónak.

Az online tananyag maga a termék, amely szeptembertől fog elindulni 5 hangszer tematikával (gitár, basszus gitár, billentyű. ének), ez lesz az alapja a fizikális oktatásnak a későbbiekben. Ezen információk tükrében fogom a 7P modellt elkészíteni.

4.1 Termékek és termékpolitika (product)

A termék maga egy megfoghatatlan termék/szolgáltatás, amely egy olyan magyar nyelvű online tananyag mely a magyar könnyű zenei oktatásban próbál egy nagyobb űrt betölteni újra hangszereli a magyar könnyűzenét azáltal, hogy az egész zenész életpályát lefedő oktatási, képzési és támogatási rendszert épít fel.

A mindennapi működése során helyszínt és eszközöket biztosít, valamint a legjobb oktatási módszer kidolgozásával, tapasztalt szakmai és oktatói csapat bevonásával, az "intézményesített" könnyűzenei oktatás létrehozásával megteremti annak lehetőségét, hogy bárki könnyűzenét tanulhasson Magyarországon, ezáltal megelve a mindennapi örömforrást az életében, és hozzájárulva a zeneértőbb hallgatóság kialakulásához, végezetül a magyar könnyűzene társadalmasításához.

Csupán ránézésre lesz majd oktatási platform, a valóságban zenészi életpályát kínáló, valamint az egész magyar könnyűzenei ökoszisztémát felfejlesztő közösség.

Szolgáltatási rendszerének főbb dimenziója online elérhető oktatási platform, online elérhető könnyűzenei alaptananyag és támogatási, valamint motivációs rendszer.

Az online elérhető oktatási tananyagot a kiegészítő kurzusok, a tanulást támogató online eszközök és szórakoztató tartalmak, a választható egyéb szolgáltatások, valamint az online és offline elérhető támogató közösség, a kapcsolódó könnyűzenei koncert és klubesemények teszik élményszerűvé és könnyen megélhetővé majd a piacra lépést követően. Ezzel is egyedivé téve magát a szolgáltatást.

4.2 Árazás és árpolitika (price)

Árstratégiája kialakításánál figyelembe vették az előzetes piackutatásokat, hogy könnyűzenét tanulók vagy tanulni vágyók körében korosztályhoz mérten (a fiatal és az idős) mennyit költenének egy esetleges online zenei tananyagra, illetve a kutatásban volt még egy szegmens a magántanárok vagy csak zenét tanítók köre is kikhez mérten fogják majd tudni a csomag árakat kalkulálni.

Ezeket mérlegelve próbálta az ÖAZ kialakítani a csomagárakat melyekről ismételtlen csak korlátozottan írhatok, hiszen ez is egy stratégiai eleme a piacra vitelnél, hogy milyen csomagárakkal robbannak majd be szeptembertől. Ezen információkat magam sem kaphattam meg gyakornoki mi voltom miatt.

Viszont ez esetben orvosolva az akadályt ,a versenytársak, azaz a magántanárok illetve a zenei applikációk árait fogom körbe írni ezzel egy rálátást biztosítva milyen csomag árakra

lehet nagyjából számítani az indulástól ez alatt betartva a vállalat kérését, hogy ne szivárogtassak adatokat az leendő árról.

A zenei oktató anyagok, alkalmazások ingyenes verzióik általában korlátozott funkciókat biztosítanak, míg a fizetős verziók lehetőséget adnak a teljes funkcionalitás kihasználására.

Az árak változhatnak a zenei tanulás típusától és a tanulási folyamatban való részvétel mértékétől függően. Általában a zenei tanuló alkalmazások havonta vagy évente fizetendő előfizetési díjat számolnak fel. Az előfizetési díjak általában 5-30 dollár havonta, attól függően, hogy milyen típusú hangszerről van szó. Itt van néhány híresebb példa:

- Yousician (yousician, 2023)
- Simply Piano by JoyTunes (joytunes, 2023)
- Fender Play (fender, 2023)
- Guitar Tricks (guitartricks, 2023)
- Piano Marvel (pianomarvel, 2023)

Ezek az alkalmazások és weboldalak zenei oktatással foglalkoznak és különböző hangszeres tudásokat, például gitár, zongora, basszusgitár, dobok és ének tanulását segítik. A legtöbb alkalmazás ingyenes próbaverziót kínál, így előzetesen kipróbálhatóak. Az ÖAZ nem fog ingyenes verziót kínálni viszont pénz visszafizetési lehetőséget igen.

A másik versenytárs a magántanárok kapcsán a piackutatás anyagból kiderült, hogy egy átlag tanóradíj egy főnek magán óra formájában, átlagában 3563 forint, ha csoportos órát tart egy főnek 1844 forint átlagosan. Ez egy nagyon erős piacár viszont nem tudjuk a legalitását az áraknak így valójában nehéz összemérni a készülő online tananyaggal a magánórákat. Hiszen az online tananyag többet nyújt mint egy magánóra.

4.3 Értékesítés és termékelhelyezés (place vagy distribution)

A tananyag online lesz értékesítve egy honlap segítségével mely magába foglalja az Öröm A Zene más részeit is , értem ez alatt a magazint a már működő Szakmai díjat, Tehetséggondozót és a Gitármánia zenei tábort mely új formát ölt majd az arculatváltással. Mivel ez az egész készülő online tananyag egy online szolgáltatás így ezen fejezet elemzésénél a honlapot és az online marketinget fogom elemezni milyen jelenleg és a gyakorlatom alatt mit tapasztaltam milyen lesz majd.

A webhely kialakításánál figyelembe vették a mostani mondjuk ki nem épp napra kész honlapot és teljes átalakításon esett át melynek a lényege az volt, hogy egy olyan modern és átlátható Öröm a Zenét és a szolgáltatását megtestesítő weblap legyen, mely magával ragadja majd az igénybe vevőt. Fontos hogy a mostani elavult gyenge ingerhatású szín és grafika

szegény honlapot színes modern kinézetűvé fogják varázsolni melyeknél megkülönböztető módon lesznek meg találhatóak a zene tananyagok.

A zenei tananyag megfelelően strukturált és könnyen navigálhatóvá lett tervezve és lesz majd elindítva, hogy az ügyfelek könnyen megtalálják a számukra érdekes zenei anyagokat. Cél volt továbbá, hogy a weboldalnak intuitív felülettel kell rendelkeznie, amely lehetővé teszi majd a felhasználók számára, hogy könnyen böngésszenek a blog az online tananyag és magazin között ezt kiegészítve egy rövid honlap bemutató animációval, hogy az igénybe vevőnek az idejével még pluszban spórolhassanak.

Emellett fontos tényező volt, hogy az online zenei anyag megbízható és biztonságos fizetési lehetőségeket kínáljon majd, valamint hatékony ügyfélszolgálati támogatást biztosítson esetleges probléma esetén. Illetve ami még fontos volt megtervezni és a piacra jutásnál is egy fontos elem lesz a megfelelő online marketing stratégia alkalmazása segíthet abban, hogy az online zenei anyag könnyen megtalálható legyen az érdeklődők számára, és javítsa az ügyfélszerzést és az ügyfélhűséget. Ami fontos, ha egy online szolgáltatásról beszélünk.

Végző soron, az "Öröm a Zene" online zenei anyagának hely elemzése azt jelenti, hogy a cégnek meg kell teremtenie a megfelelő virtuális térben való jelenlétet, hogy megkönnyítse az ügyfelek számára a megvásárolt zenei tananyaggal való zenetanulást fejlődést és nagyobb sikerek elérését. Az online zenei anyagnak meg kell felelnie az ügyfelek igényeinek és elvárásainak, és biztosítani kell a magas minőségű oktatást, hangulatot és zenei élményt is.

4.4 Hirdetés- és reklámpolitika (promotion)

Az Öröm a Zene marketing stratégiája minden tanár, tanítvány, leendő zenekar zenei működését olyan állapotba hozni és arra használni, hogy márkaértéket generáljon az Öröm a Zene számára. Ez a marketing a konzekvens, a közönséget bevonó, aktivizáló marketingkommunikáción, csak az őszinte és autentikus közösségépítésen alapulhat.

Az ÖAZ szlogenje: „otthontól a színpadig „, mely röviden tömören kifejezi, hogy az online tananyag segítségével akár eljuthatsz a színpadig bármely kurzussal .

Márkaesszenciája, hogy az Öröm a Zene egy valódi közösséget kínál tagjai számára, akik a minőségi önmegvalósítás jegyében a legátfogóbb szakmai támogatással hangszerelhetik ujjá az életüket, egy élményközpontú és szórakoztató oktatási módszerrel valósíthatják meg régóta dédelgetett vágyaikat nappalitól egészen a színpadig.

A jelenlegi logója, amelyet a második ábrán tekinthetünk meg, ámbár elképzelés szinten ötletes, mert egy hangjegyen hintázó gyermeket ábrázol, aki egy fajta boldogságot örömet sugall. Viszont kivitelezés szinten nem épp egy nagyon reszponzív szimbólum, és nem

mondanám könnyen memorizálható logónak, ennek fényében modernizálták és szeptembertől teljesen más arcát fogja mutatni majd a logó mely, el fog térni a mostani arcától.



2. ábra Öröm a Zene logo (oromazene.hu, 2023)

Az "Öröm a Zene" online zenei tananyagának promóciója kiemelkedő fontossággal bír annak érdekében, hogy minél több diák és zenei téren érdeklődő számára elérhetővé váljon a zenetanulás lehetősége. A cégnek számos lehetősége lesz a zenei tananyag promóciója terén, például online hirdetések, közösségi média és email marketing használatával.

Az *online hirdetések* az egyik leghatékonyabb módjai lesznek a zenei tananyag promóciójának. Az online hirdetések célzottan lesznek majd megjeleníthetők azoknak az embereknek, akik érdeklődnek a zenei oktatás iránt, és könnyen megtalálhatják az "Öröm a Zene" weboldalát. Az online hirdetések segítségével az "Öröm a Zene" célzottan el fogja juttatni az üzenetét azokhoz az emberekhez, akik valószínűleg zenei tananyagot keresnek.

A *közösségi média* szintén nagyon hatékony eszköz lesz a zenei tananyag promóciójára. Az "Öröm a Zene" használja jelenleg is a közösségi média platformokat, mint például a Facebook-ot, Instagram-ot, viszont még csak a tehetségkutatóra.

.De az arculatváltással cél volt e téren is, hogy megoszthassa a zenei tananyagot a közösségi média felületen is valamint a diákok és a szülők véleményét és élményeit is. Az ügyfél visszajelzések megosztása fontos lesz az új felhasználók megszerzése érdekében, akiknek nincs korábbi tapasztalata az "Öröm a Zene" online zenei tananyagával kapcsolatban.

Legutolsó sorban, ami még a tervezés során bekerült a promóció kapcsán a marketingben az az *email marketing* volt, ami szintén fontos szerepet fog játszani a zenei tananyag promóciójában. Az "Öröm a Zene" rendelkezni fog egy „felhasználó” adatbázissal, és e-mail hírleveleket küldhet a tananyag fontosabb tulajdonságairól, felhasználó élményekről és az új tananyagokról/szolgáltatásokról. Az e-mail hírlevelek segítségével az "Öröm a Zene" megtartja majd a kapcsolatot a felhasználókkal és az érdeklődőkkel, és felhívhatja a figyelmet az új tananyagokra és kiegészítő anyagokra is egyaránt

4.5 Az Emberi tényezők (People)

Az "Öröm a zene" online zenei tananyag emberi tényezőinél több szegmens van Ezek a következők:

A felhasználók /igénybe vevők: A zenei tananyag célközönsége azok az emberek, akik érdeklődnek a zenei világ iránt és szeretnék mélyebb tudást szerezni a zenei elmélet, gyakorlat és előadásmód területén. Az online tananyag lehetővé teszi majd számukra, hogy saját időbeosztásuknak megfelelően, otthonukból tanuljanak zenei alapismereteket vagy akár a zenei műveltségüket fejlesszék kiegészítve kedvük és csomag opciók szerinti konzultációkkal.

Tanárok: Az online zenei tananyagot a tanárok készítették és tartják, akiknek a feladata, hogy megalapozott és strukturált tananyagot készítsenek a diákok számára. Az online tananyag készítésekor a tanárok feladata, hogy hatékonyan kommunikáljanak a diákokkal, segítsék őket az értékelő visszajelzéseken keresztül és a kérdésekre válaszolva.

Támogató személyzet/gyártó részleg: Az "Öröm a zene" online zenei tananyag esetében a támogató személyzet másnéven gyártó részleg az online platform üzemeltetője, akik a tanárokkal együttesen gyártják az oktató anyagokat és teszik azt a felhasználóknak az igényükhöz mérten. A támogató személyzet feladata, hogy a diákokkal és a tanárokkal kapcsolatban álljanak, és segítsék őket a technikai kérdésekben és az egyéb adminisztratív teendőkben. Fontos itt az összhang és a zenei, szakmai háttér és tudás, hiszen a vágónak értenie kell a vágás és animálás során milyen ábrákat és feliratokat kell készítsen tematikailag.

Partnerek, együttműködők: Az "Öröm a zene" online zenei tananyag esetében a partner együttműködők a zenetanulást elősegítő szervezetek, zeneiskolák vagy zenészek, akik a tananyag további fejlesztésében és promóciójában vesznek részt. A partner együttműködők segítségével bővíthető a tananyag témaköre és színvonalasabb tanfolyamokat lehet kínálni a felhasználók számára.

Társadalom: Az "Öröm a zene" online zenei tananyag hatással lehet a társadalomra is, hiszen a zenei tudás elősegítheti a kulturális fejlődést és az értékek megismerését. Az online tananyag segítségével a felhasználók szélesebb körben tudnak megismerni különböző zenei stílusokat és műfajokat, amelyek további kulturális tapasztalatokkal gazdagíthatják őket. A zenei tudás és képességek birtokában a felhasználók egész életük során alkalmazható személyes és szakmai kompetenciákat szerezhetnek.

4.6 Környezeti és tárgyi elemek (Physical Evidence)

Tér: Az online zenei tananyag térbeli környezete a digitális világ. Az online tananyag weboldalának kialakítása és designja segíteni fog a diákoknak könnyen navigálni a különböző leckék között. A weboldal felépítése és a zenei felvételek minősége fontos tényezők a diákok elégedettségében és motivációjában.

Anyag: Az online zenei tananyag anyaga elsősorban digitális, a zenei felvételek és videók a diákok számítógépén vagy okostelefonján érhetőek el reszponzív módon. Az online tananyag anyagának minősége és tartalma kulcsfontosságú a felhasználók motivációjának és elégedettségének megtartásához.

Berendezés: Az online tananyag berendezése magában foglalja a zenei felvételek, videók és a weboldal designját. Fontos, hogy az online tananyag felülete átlátható és könnyen kezelhető legyen a diákok számára. A berendezéshez talán a videóban szereplő stúdió berendezés fontosságát kell megemlíteni, hogy a videóban a lényegről ne terelje el a berendezés, de kellemes hatást adjon a nézőnek ezzel fenntartva a figyelmét. A felvétel minősége és az esetlegesen elérhető extra anyagok, mint például zenei kották és feladatok, segítik a diákok tanulását.

Személyzet: Az online tananyag személyzete a zeneoktatók és a zenei tartalom előállítói. A felhasználók számára fontos, hogy az oktatók magasan képzettek és tapasztaltak legyenek a zenei oktatásban. Az oktatók elérhetősége, az online konzultációs lehetőségek és a visszajelzések fontos tényezők a felhasználók elégedettségénél.

Folyamat: Az online zenei tananyag folyamata az online leckék és gyakorlatok sorozata. A diákok számára fontos, hogy az online tananyag folyamata jól strukturált és könnyen követhető legyen. Az online tananyag tartalmának, relevánsnak és érdekesnek kell lennie a diákok számára ahhoz, hogy motiváltak legyenek a tanulásban.

Hangszerek: Az online zenei oktató tananyagokhoz használt hangszerek lehetnek hagyományos akusztikus vagy digitális zongorák, gitárok vagy elektronikus dobgépek. A lényeg hogy minőségben hozzájáruljanak a hangok és hatást melyek a videó tananyaghoz méltóan és a felhasználónak is kedvezően hasson.

Kamerák és videószerkesztő szoftverek: Az online zenei oktató tananyagok készítéséhez használt videokamera és videószerkesztő szoftverek lehetővé teszik, hogy a tanár és a diák közötti kommunikáció személyesebb és interaktívabb legyen, minőségben a legjobbat szolgálják és fenntartsák a folyamatos figyelmet.

4.7 Folyamat (Process)

Az online zenei oktató tananyag folyamatát felsorolás szinten fogom bemutatni, hogy hogyan fog zajlani maga a piaci indulást követő folyamat:

Célkitűzés: A tanár meghatározza a tanulási célokat, amelyekkel szeretné, hogy a felhasználó elérjen bizonyos szinteket, célokat az online zenei oktató tananyaggal.

Tartalomfejlesztés: A tanár létrehozza a zenei tananyagot, beleértve az oktatási anyagokat, a gyakorlati feladatokat és a feladatokon kívüli gyakorlandó fogásokat, leütéseket, hangképzéseket stb.

Technikai előkészítés: Az online zenei oktató tananyagokhoz szükséges technikai előkészületek, például a szoftverek és hardverek telepítése és konfigurálása, stúdió berendezése hangszerek behangolása tartalomgyártásra kész állapotba tévése.

Utómunka: A videó felvételét követően a vágó megvágja, meganimálja, és eladható formátumúvá teszi, mely mondhatni a leglényegesebb része a folyamatnak, hiszen ezzel válik eladható terméké maga a videóanyag.

Közzététel: Az online zenei oktató tananyag elkészítést követően a weboldalon elérhetővé teszik, feltöltik.

Felhasználói regisztráció és hozzáférés: A vásárlóknak regisztrálniuk kell, majd megvenniük a kívánt csomagot a tananyaghoz való hozzáféréshez, és be kell jelentkezniük a tananyag megtekintéséhez és használatához ezt követően válnak felhasználókká.

Tanulás: A már létrejövő felhasználói státuszú személyek a tananyagot saját időbeosztásuk szerint tanulják, lehetőség szerint saját tempójukban és saját tanulási stílusuknak megfelelően.

Kommunikáció: Az online zenei oktató tananyagok lehetővé teszik a tanár és a diák közötti kommunikációt, például e-mail, chat vagy fórum segítségével. Ezen formák hozzájárulnak az ügyfél elégedettségéhez és további motiválásához. Hiszen előfordulhat egy esetleges elakadás, mely videó segítségét túlhaladja és elő emberei segítségre lesz szüksége az igénybe vevőnek.

Visszacsatolás: A diák és a tanár visszacsatolása az online zenei oktató tananyag hatékonyságának javítására, az oktatási stratégiák módosítására és a diákok szükségleteinek jobb megértésére szolgál.

Ezek a folyamatok nem mindig szigorúan egymást követik, és változhatnak az oktatási platform, a tananyag és a diák preferenciái szerint illetve a tanár megújított anyaga is befolyásolhatja mind ezeket a folyamatokat. Az online zenei oktató tananyag folyamatának

hatékonysága azon múlik, hogy milyen jól van kidolgozva a tananyag, mennyire interaktív és rugalmas, és hogy mennyire tudja elérni megfogni a tanár a diákjait a videó tananyagon keresztül.

5. Gyakorlati időm alatt végzett tevékenység leírása és az elsajátított tudás

Az állandó bővülés és a sikeres működés érdekében az Öröm a Zene folyamatosan keresi a lehetőségeket, hogy még hatékonyabbá és eredményesebbé tegye tevékenységét és a most zajló arculat változtatását is. Ebben a folyamatban a marketing tevékenység is kulcsfontosságú szerepet játszik. Ezeknek köszönhetően a vállalkozás folyamatosan keres új, kreatív ötleteket és lehetőségeket a marketingtevékenységük fejlesztésére.

A gyakornoki pozíció lehetőséget ad az Öröm a Zene nonprofit kft. számára, hogy az ifjabb generációk képviselőivel dolgozzon együtt, akiknek friss ötletei és új megközelítései segíthetnek a vállalkozás növekedésében és sikereiben. Ennek a folyamatnak a részese lehettem a pozíció betöltésénél. Melyet nagy izgalommal vártam és követhettem végig, hiszen maga az eszme melyet képviseltet a cég is egy fajta motiváló tényezővé vált számomra a gyakorlat folyamán hogy a társadalmat edukatív zenei tartalommal és további eseményekkel fogják ellátni melynek kis részében, de tanúja és részese lehettem..

Marketing gyakornokként az alábbi feladatokban vehettem részt:

- Közösségi média felületek kezelése és tartalomgyártással kapcsolatos ötletek anyagok gyűjtése
- Reklámkampányban való ötletek anyagok gyűjtése (versenytárselemzés)
- Események és programok előkészítésében és szervezésében való segítség
- PR tevékenységek támogatása
- Meetingeken való részvétel, jegyzetelés
- Egyéb irodai asszisztensi feladatok menedzselése

Gyakornoki pozíció kiváló lehetőséget adott számomra, hogy első kézből tapasztalatot szerezhettem egy sikeres vállalkozásnál egy projekt feladat keretein belül. A pozíció lehetővé tette, hogy gyakornokként belátást nyerhettem a marketingtevékenység számos területén, beleértve a közösségi médiát, az események szervezését és a hirdetések reklámok tervezését.

Szintén első kézből megismerhettem, hogyan működik egy sikeres nonprofit vállalkozás, és hogy hogyan lehet hatékonyan összehangolni a marketingtevékenységet a vállalkozás céljaival, gazdasági eseményekkel.

Első időszakban megismerkedtem a cégnek és a most futó projektjének a céljaival. Ezeket a célokat Belev Péter kollegám és mentorom ismertette velem mind szóban mind az eddigi

anyagok formájában, gondolok ez alatt a reprezentatív piackutatás anyagokra melyek teljes belátást biztosítottak számomra a Magyarországon jelenleg zajló könnyű zenei piacra. Egyetemnek hála nem volt idegen terep számomra az anyagok olvasásánál a tartalmak megértése, hiszen a marketingkutatás tárgynak köszönhetően szinte izgalmasan olvashattam a piackutatást és ébredtem rá mennyire is fontos ez a tudomány is, hiszen annyi adat és információ jutott a cég rendelkezésére mely aranyat ér egy új termék kifejlesztésénél.

Első időszakot követően belecsöppenhettem a meetingekkel teli hetekbe, és hogy hogyan zajlik egy rövid távú operatív tervezésű projekt hétről hétre. Elsősorban Belev Péter mentoromnak követtem mindennapjait és kaptam tőle kisebb nagyobb feladatokat melyek gazdasági és marketing tevékenységet is magukba foglaltak. Így például a weboldal tervezésében segédkezhettem itt megtudhattam milyen egy weboldal „drótváza” miként készül egy weboldal újra tervezése ebben egy külsős cég is részt vett a Humanize. (humanize.studio, 2023) Akik elsősorban a fogyasztói igényeket viselkedéseket mérlegelve meetingek formájában konzultáltak az Öröm a Zenével miként kéne, kialakítani a weboldalt mely magába foglalja majd az eddig tevékenységeket (oktatást, szakmai díjját, tehetséggondozót) kiegészülve az online tananyaggal, magazinnal. Itt a landing page oldalnak a kialakításában segédkezhettem gyűjtöttem anyagokat konkurens külföldi weboldalokról és adhattam ötleteket akár megjegyzéseket mi az ami számomra nem tetszik vagy tetszik.

A piaci induláshoz szükséges online marketing tervben is volt feladatom közösségi médián futó zenével kapcsolatos trendek, challengek (Tik-Tok, Instagram) gyűjtése artfluenszer és influenszer lista készítése a későbbi reklámokhoz és a kutatásból a fizikai ház létrehozásához szükséges kutatási információk zanzásítása. Illetve hogy a jelenlegi ÖAZ Facebook és Instagram kapcsán felmerülő kérdéseimet megjegyzéseimet, észrevételeimet és a számomra feltűnő hibákat összegyűjtjem és Péternek elmondjam, hogy ezzel is előrébb legyenek mi az, amit nem fognak csinálni az induláskor a közösségi média felületeken. Itt hozzá teszem, hogy az egyetemen közösségi média marketing tárgynak a hasznos tudásainak köszönhetően tudtam dolgozni.

Ezek mellett mindig kaptam kiegészítés képpen edukatív anyagokat Péter kollegámtól melyek az aktuális feladathoz voltak fontosak. Illetve a portfólióm sikeres és pontos elemzéseinek része miatt betekintést kaphattam a gyártói részlegbe is hogyan készülnek a videós tartalmak a technikai előkészületek és utómunkák miként zajlanak, ezzel az előző 7p elemzésemben nagyon sokat segédkeztek mind a tanárok mind a vágók és stúdióban dolgozó személyek. Ha esetleg nem volt olyan feladatom, akkor pedig az irodai részlegen kellett számlákat rendszeresen aláírásra készre tenni a papírokat, nyomtatványokat lefőzőm.

Az Öröm a zene bemutatásánál említett Hangszert a Kézbe rendezvényeknek a előkészületében is segédkeztem ahol leginkább a külsős raktárban lévő hangszereket kellett szállításra készre tenni majd a rendezvény lezajlása vissza hozás után ellenőrizni minden vissza jött e .Emelet ha rendezvényre ha kikellett mennem akkor a hangszerekre való felügyelés és esetleges látogatói kérdésekre való válaszolás szórólap osztás. Itt a sales management tárgynak hála nem voltam zavarban hogyan kell egy leendő vevővel kommunikálni.

Ezzel párhuzamban jöttem rá ,hogy a foszk képzésen tanult tárgyak majdnem egésze hozzá járult ahhoz ,hogy egy cégnél megfelelően tudjak tájékozódni feladatokat végezni úgy hogy nem éreztem magam kellemetlenül attól hogy fogalmam sincs miről van szó és mit kell csinálnom. Az időszak során számos értékes tapasztalatot szereztem a marketingtevékenységek terén és fejleszthettem a kommunikációs és szervezőképességeimet.

Összességében nagyon élveztem az időszakot és hálás vagyok az Öröm a Zene Nonprofit Kft. lehetőségéért, hogy részt vehettem a vállalat munkájában és tapasztalatokat szerezhettem a szakmában. Illetve az egyetemnek hála nagyon sok minden tudást vihettem melyek úgy gondolom, hogy nem csak számomra nyújtottak segítséget, hanem a vállalat számára is.

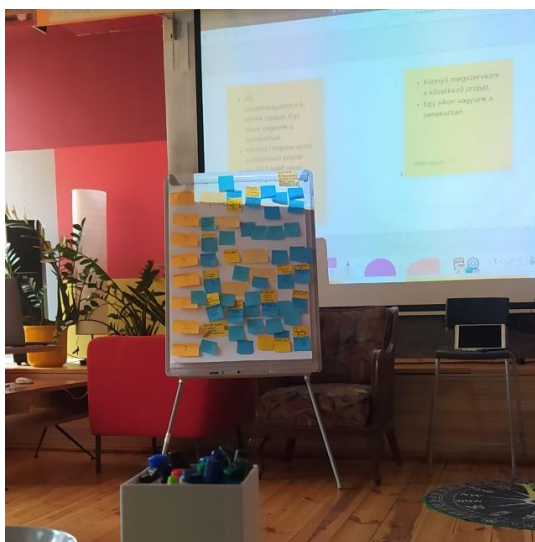
6. Következtetések és javaslatok

Az Öröm a Zene nonprofit Kft-nél töltött gyakorlati idő alatt számos értékes tapasztalatot szereztem a zenei oktatás és kultúra területén. A következőkben összefoglalom a tapasztalataimat, valamint javaslatokat fogalmazok meg az Öröm a Zene további fejlődésére. Az Öröm a Zene csapata rendkívül elkötelezett és lelkes, és számos érdekes projektet és eseményt szerveznek a zenei oktatás és kultúra népszerűsítése érdekében.

A gyakornoki pozícióban eltöltött idő alatt nagyon sok értékes tapasztalatot szereztem a zenei oktatás területén, és új készségeket és ismereteket szereztem a marketing és kommunikáció területén is. Az Öröm a Zene csapata nagyon segítőkész és támogató volt, és mindig készek voltak válaszolni a kérdéseimre és tanácsot adni marketing és gazdasági téren is szint úgy. Külön jól lesett mikor megdicsértek bármilyen munkámért-javaslatomért, illetve észrevételemért. Tetszett, hogy észrevették azt mennyire fontos, hogy fiatalokat is bevonjanak a projektbe, akik friss tudással, de még tapasztalatlanul új dolgokat tanulhatnak és adhatnak át mind gazdasági részleg területén mind az oktató anyag elkészítésénél is.

Továbbá ritka dologok egyikének lehettem részese azzal, hogy nagy betekintést nyerhettem egy még csak a piacon most berobbanó terméknek a kialakításában és egy arculatváltást is külön végig követhettem. A meetingeken megtapasztalhattam milyen fontos is az előadás mód a tárgyalás milyensége, amit egyetemen is szint úgy elsajátíthattunk ez által,

mint megfigyelő analizálhattam a meetingek milyenségét az emberek előadás módját és tanulhattam további praktikákat. Mint például mikor brainstorming-hez hasonló meeting volt a weboldal kialakításával kapcsolatosan, post-it kis öntapadós papírkákra kellett felírni a felmerült akadályokkal kapcsolatos megoldásokat, majd harmadik ábrán látható módon a problémához párosítva kellett ragasztani a megoldást. Ez nagyon gördülékennyé és akadálymentessé tette a meeting folyamatát.



3. ábra Brainstorming meeting post-it megoldással

Nagyon tetszett, hogy a feladataim nem monoton irodai adminisztratív feladatok és unalmas papírozások voltak, hanem aktívan részt vehettem mindenben egészen a megbeszélésektől kezdve a meetingeken át a kiállítások szervezéséig.

Fontos következtetésem viszont az, hogyha nem tanultam volna egyetemen és nem veszem komolyan a tárgyak összetételeit valószínűleg nem tudtam volna ilyen aktívan és produktívan a munkálatokban részt venni. Hiszen a szakmai nyelvek egészen a piackutatási anyagoktól a meetingeken való kommunikációig nem voltak idegenek. Ezt a mentorom Péter is megjegyezte pozitívumként számomra.

Javaslatként, amit tudok írni az az, hogy az online média felületeken való aktivitásuk nagyon nagy szerepet kell, hogy kapjon majd a piacra lépésnél, mert az online tartalmak terén nagyobb hangsúlyt kell helyeznünk a videókra és az interaktív tartalmakra, mivel ezek nagyobb figyelmet kapnak a felhasználók részéről. Az online live koncertek a tehetségkutatókon, a kisfilmek készítése, vagy akár az interaktív kvízek, játékok segítségével a közönség aktívabb részeseivé tehetik majd a márkát magát. Illetve a most nagyon aktív és híres zenész influenszerek bevonását javasoltam még a cégnek, amelyet listába helyeztem nekik, hiszen nagy szerepük van a fiatalabb korosztályok elérése terén, ezért fontos, hogy megfelelő

influencerekkel dolgozzanak együtt, akik követőiknek személyes ajánlásaival segíthetnek az ÖAZ-nak abban, hogy növeljék a márka ismertségét.

Illetve amit hiányoltam és javaslatként adhattam a cégnek az a videókban lévő „egyenruha” hiánya, amely egy nagyon fontos rekláma a cégnek bármely felületen jelenik meg. Ezen javaslatokat a munkám folyamán örömmel fogadták és jegyezték fel maguknak vagy helyezték bele a stratégiájukba online média területén mely jól esett, hogy érdekelték a véleményeim őket.

Magára a gyakornoki munkára maximum annyit tudnék javasolni nekik, ha olyan gyakornok kerülne hozzájuk, aki nem olyan tudással és háttérrel jönnek, mint én a saját egyetememről, hanem másabb tudással akár kevesebbel. Akkor a projekt bemutatásánál érdemesebb az elején kicsit jobban körül írni és nem önállóan adni neki anyagokat, melyeket önnön saját maguknak kell átolvasniuk átnézniük a gyakornoknak. Számomra ez gondot nem okozott viszont lehet másnak ez fog.

Végző gondolatként szeretném kiemelni, hogy a cég számára rendkívül fontos, hogy fenntartsa azokat a pozitív tapasztalatokat és eredményeket, amelyeket a gyakornoki program során adott számomra. A cégnek fontos szerepe van a fiatal szakemberek képzésében és támogatásában ezért fontos, hogy a vállalatnak továbbra is fel kellene kínálnia a gyakornoki lehetőséget a marketing területén, és szakmailag színvonalas programot kell biztosítani a fiatalok számára ezzel erősítve azt a célt, hogy a könnyű zenei piac hosszú távon erős, jövedelmező és értékteremtő legyen Magyarországon. A cégnek folyamatosan figyelemmel kell kísérnie a piaci trendeket és változásokat, és ezeket be kell építenie a marketing stratégiájába. A gyakornoki pozíciót betöltő fiatalok is segíthetnek ebben a folyamatban, hiszen mi már a digitális korban nőtünk fel és számos újító ötlettel rendelkezünk melyeken keresztül sok mindent és mindenkit el tudnak érni a piacon.

7. Irodalomjegyzék

- ceginformacio.* (2023). Letöltés dátuma: 2023, forrás: www.ceginformacio.hu:
<https://www.ceginformacio.hu/cr9311314543>
- e-beszamolo.im.gov.hu.* (2019.2020,2021). Letöltés dátuma: 2023, forrás: <https://e-beszamolo.im.gov.hu/>: https://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/kereses_merleglista
- facebook.com.* (2023). Letöltés dátuma: 2023, forrás: [facebook.com](https://www.facebook.com/oromazene/events):
<https://www.facebook.com/oromazene/events>
- fender.* (2023). Forrás: www.fender.com: <https://www.fender.com/play>
- guitartricks.* (2023). Forrás: www.guitartricks.com: <https://www.guitartricks.com/>
- humanize.studio.* (2023). Forrás: humanize.studio: <https://humanize.studio/>
- instagram.com.* (2023). Forrás: [instagram](https://www.instagram.com/oromazene/?hl=hu): <https://www.instagram.com/oromazene/?hl=hu>
- joytunes.* (2023). Forrás: www.joytunes.com: <https://www.joytunes.com/simply-piano>
- oromazene.* (2023). Letöltés dátuma: 2023, forrás: oromazene.hu: <https://oromazene.hu/>
- oromazene.* (2023). Letöltés dátuma: 2023, forrás: oromazene.hu:
<https://oromazene.hu/tehetseggondozo/magunkrol>
- oromazene.hu.* (2023). Forrás: <https://oromazene.hu>: <https://oromazene.hu/iskolankrol>
- oromazene.hu.* (2023). Letöltés dátuma: 2023, forrás: oromazene.hu/szakmai-dij/tortenetunk:
<https://oromazene.hu/szakmai-dij/tortenetunk>
- oromazene.hu.* (2023). Letöltés dátuma: 2023, forrás: oromazene.hu: <https://oromazene.hu/>
- pianomarvel.* (2023). Forrás: pianomarvel.com: <https://pianomarvel.com/>
- skoove.* (dátum nélk.). (skoove) Letöltés dátuma: 2023, forrás: [skoove.com](http://www.skoove.com):
<https://www.skoove.com/>
- winwinwin,* k. é. (2020). *hanosz.* Forrás: hanosz.hu: <https://hanosz.hu/hang-feny-ervenyesusles/kutatasi-eredmeny#>
- winwinwin,* k. é. (2021). *A tanulási, tanítási hajlandóság mérése a hazai lakosság körében.*
Budapest: winwinwin, kutató- és tanácsadó cég.
- yousician.* (2023). Forrás: yousician.com: <https://yousician.com/>

1. ábra Öröm a Zene weboldala (Landing page) (oromazene.hu, 2023).....	7
2. ábra Öröm a Zene logo (oromazene.hu, 2023).....	15
3. ábra Brainstorming meeting post-it megoldással	22