

Minőségdimenziók a BME gazdasági mesterképzésének vizsgálatában

Evaluating the Quality Aspects of the Economics Master's Program in BME

KOVÁCS STEFAN

PhD, egyetemi adjunktus, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem,
kovacs.stefan@gtk.bme.hu

VERES ISTVÁN

PhD, egyetemi adjunktus, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem,
veres.istvan@gtk.bme.hu

BÍRÓ-SZIGETI SZILVIA

PhD, egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem,
szigeti.szilvia@gtk.bme.hu

Absztrakt

A felsőoktatási intézmények világszerte, így hazánkban is átalakulóban vannak, az egyik leglényegesebb indikátor az intézmények között fokozódó versenyben a nyújtott szolgáltatás minősége. A Covid19 világjárvány akcelerátorként támogatta a digitális eszközök felső és középfokú oktatásban történő gyors elterjedését, ezzel segítve az oktatók munkáját, és támogatva a hallgatókat. Azonban eddig kevésbé kapott szerepet a hazai és nemzetközi kutatásokban az online jelenlét hatása a hallgatók mentális állapotára: vajon az elszeparáltság milyen hatással volt az oktatás minőségének érzékelésére. A problémakör egyik megoldásaként vizsgáltuk az empátia és a digitális eszközök szerepét, ami egy longitudinális kutatás részeként jelent meg a szolgáltatásminőség dimenzióinak vizsgálatában a BME gazdasági mesterképzésében résztvevő hallgatók között.

Kulcsszavak: Covid19, empatikus marketing, digitalizáció, felsőoktatás, SERVPERF-modell

Abstract

Universities worldwide, including in our country, are experiencing a transformation, and one of the most crucial factors in their competition is the quality of service provided. Covid19 has accelerated the adoption of digital tools in higher and secondary education, aiding educators and students. However, the effect of online learning on the student's mental well-being has yet to be extensively studied. How has isolation impacted the students' perception of education quality? To address this issue, we conducted a longitudinal study on the role of empathy and digital tools in evaluating service quality dimensions among students enrolled in a Master's program in Economics at BME.

Keywords: Covid19, empathic marketing, digitalization, higher education, SERVPERF model

A teljes tanulmány a *Marketing & Menedzsment c. folyóirat EMOK különszámában olvasható. Elérhetősége: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/index>*