

MARKETING MŰHELY BEINDÍTÁSA A BUDAPESTI KOMMUNIKÁCIÓS ÉS ÜZLETI FŐISKOLÁN

Rekettye Gábor¹ – Papp-Váry Árpád²

¹főiskolai adjunktus, ²főiskolai docens

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

grekettye@bkf.hu , apappvary@bkf.hu

Kulcsszavak: -

1. BEVEZETÉS

A Felsőoktatásban az oktatás minőségére és a hallgatóknak nyújtott szolgáltatások bővítésére irányuló fejlesztések egyáltalán nem elhanyagolhatóak. Ezek szükségességét tovább növeli az egyre kiélezettebb verseny a munkaerő-piaci igények minél jobb kielégítésére. Sok tanulmány beszámol arról, hogy mi jellemzi a jó minőségű felsőoktatást, vagy, hogy milyen szolgáltatásokat kell bevezetni egyes intézményekben, hogy az érintettek pozitívan vélekedjenek. A legfontosabb szereplők a hallgatók, beleértve a leendőket és végzetteket, illetve a munkaadók. Az elvárásaik határozzák meg a jó minőség fogalmát a felsőoktatásban.

A Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola (BKF) két másik intézménnyel (Általános Vállalkozási Főiskola és Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája) együtt a TÁMOP 4.1.1-es VALID pályázat keretében készül fejleszteni hallgatói munkaerő-piaci érvényesülését. A pályázat célja a felsőoktatásban résztvevő, a leendő és a végzett hallgatók munkaerő-piaci elhelyezkedési esélyeinek javítása, a munkaerő-piaci igények kielégítése, a diplomás munkanélküliség csökkentése, a versenyképes gazdaság megteremtése érdekében. A pályázat egyik kiemelt eleme a tehetséggondozás rendszerének és hagyományának megteremtése. Ezen belül a BKF öt különböző műhelyt indít el ebben az évben. A műhelyek lehetőséget teremtenek a szakmai- kutatói-oktatói munkára, rendezvényeken való részvételre, illetve az egyes területeken működő, a Főiskolával kapcsolatban álló szervezetekkel, cégekkel való együttműködésre, gyakorlati tapasztalatszerzésre. Cikkünk középpontjában a marketingműhely beindítása szerepel. Célunk, hogy bemutassuk indokoltságát és szerepét a hallgatói szolgáltatások bővítésére irányuló fejlesztésekkel egyidejűleg. Reményeink szerint e tevékenység nagymértékben növelheti azon hallgatók elhelyezkedési lehetőségeit, akik a műhelymunkában sikeresen részt vettek. Távlati céljaink között megemlíthető e tevékenység hosszú-távú fenntartása és sikeres működtetése.

2. A PÁLYÁZAT CÉLJA

A pályázatban való részvételt a felsőoktatás iránti változó igények és a munkaerő-piaci kereslet folyamatos változása teszi szükségessé. A magyar felsőoktatásban az elmúlt évtizedben a képzés minőségének legfontosabb mutatójává vált az, hogy a kibocsátott diplomás fiatalok hány százaléka tud elhelyezkedni, illetve hogy szakmájában helyezkedik-e el. Mindezt alapvetően meghatározza a felsőoktatásban megszerzett ismeretek minősége,

relevanciája és kapcsolódása a munkáltatók tényleges elvárásaihoz. Ennek érdekében a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, az Általános Vállalkozási Főiskola (ÁVF) és a Heller Farkas Főiskola (HFF) egy közös pályázat során kívánja fejleszteni hallgatói munkaerő-piaci érvényesülését. A konzorciumban résztvevő magánfőiskolák felismerve ezt az igényt az elmúlt években már jelentős erőfeszítéseket tettek azért, hogy képzési és szolgáltatási kínálatukat a munkaerő-piaci keresletnek megfelelően alakítsák.

A projekt célja a három intézményben eltérő tapasztalatokra és tudásbázisra építve a karrierirodák tevékenységét rendszerbe foglalni, illetve továbbfejleszteni. A projekt kiemelt eleme a diplomás pályakövetés bevezetése. A konzorciumi forma előnye, hogy lehetővé teszi a költséghatékony megvalósítást, valamint az egymástól való tanulást is.

A projektben kiemelt szerepet kap a főiskolai hallgatók munkaerő-piaci elhelyezkedési esélyeinek javítása, a hallgatói elégedettség növelése, és a főiskolák képzési által lefedett területeken jelentkező munkaerő-piaci igények kielégítése. Ezen belül fontos szerepet kap a leendő hallgatók tájékoztatása, az intézményi hallgatói szolgáltatások színvonalának, elérhetőségének növelése, a kiemelten tehetséges hallgatók tehetséggondozása, az intézményben végzett hallgatókkal való kapcsolattartás fórumának megteremtése, a végzett hallgatók támogatása a munkaerőpiacon, az intézményi képzési kínálat munkaerő-piaci igényének megfelelő alakítása, valamint az adatszolgáltatás hatékonyságának javítása.¹

A projekt két évre szól és 2011. szeptemberben ér véget. A konzorciumot alkotó intézmények vállalták, hogy a projekt fenntartási időszakának végéig, 2016-ig a létrehozott szolgáltatások elérhetőségét biztosítják a hallgatóik számára.

A Valid pályázat tervezett tevékenységei:

- diplomás pályakövető rendszer kialakítása;
- tehetséggondozás rendszerének és hagyományának megteremtése;
- hallgatói karrierszolgáltatások biztosítása, fejlesztése;
- alumni on-line felület megteremtése
- az eredmények hatásvizsgálata és széles körű disszeminációja.

A továbbiakban a BKF tehetséggondozás programjával és azon belül a marketing-műhely kialakításával foglalkozunk.

3. A TEHETSÉGGONDOZÁS SZEREPE A BKF-EN

A három intézmény eltérő adottságainak megfelelően a szolgáltatásokat maguk határozzák meg és más-más rendszerben bonyolítják le. Fontos szempont a projekt végrehajtása alatt az együttműködés a karrierirodák között, amely lehetővé teszi, hogy az egyes módszerekről, azok gyakorlati alkalmazásának tapasztalatairól rendszeresen konzultáljanak. Ugyanez az elv természetesen érvényes a BKF-en induló tehetségműhelyekre is. A rendszerben a tehetséggondozás komponens megvalósulásáért a tehetséggondozás szakmai vezetője felel. Feladatai közé tartozik a külső megkeresések begyűjtése, továbbítása a műhelyek felé, valamint a pályázatfigyelés.

A tervezett műhelyek:

- Marketing
- Média
- Menedzsment
- Társadalomtudományi

¹ Megvalósíthatósági tanulmány, **VALID** – A BKF, az ÁVF és a HFF közös fejlesztése hallgatóink munkaerő-piaci érvényesülése érdekében.

- Turizmus

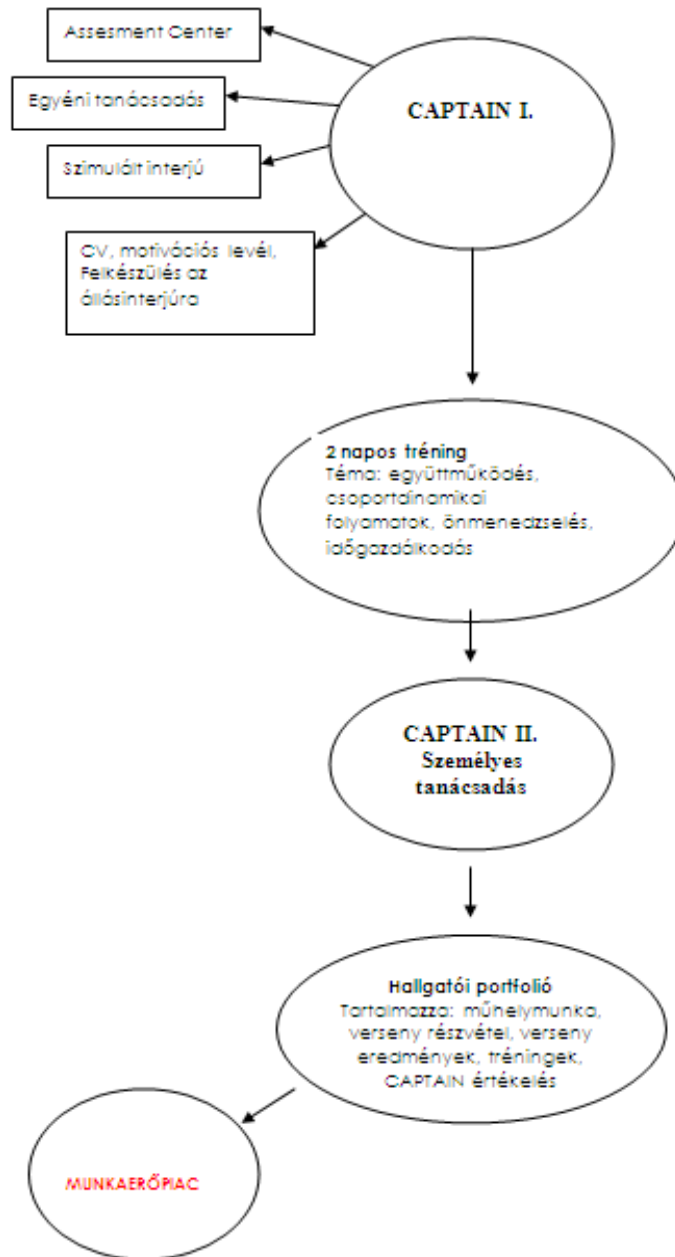
A műhelyeket a témában kompetens műhelyvezető felügyeli és vezeti. Feladata a koordinátortól érkező lehetőségek műhelymunkába illesztése, szakmai felügyelet biztosítása és műhelyekben dolgozó hallgatók koordinálása. A műhelyekbe történő csatlakozás feltételeit a műhelyvezetők együtt határozzák meg, de egyes műhelyek esetében külön pályamunka beadása is szükséges lehet a sikeres belépéshez. A csatlakozás lehetősége, tehát nem alanyi jogon illet meg minden hallgatót. Az alapképzésben részt vevő hallgatók két sikeres félév teljesítése után jelentkezhetnek az általuk választott műhelybe. A csatlakozás számos előnyt rejt magában. Talán a legfontosabb előny a gyakorlati tapasztalatszerzés lehetősége. A műhelymunka olyan plusz lehetőséget kínál a hallgatóknak, amelyet ha megfelelően kihasználnak, akkor egyértelmű előnnyel nyithatnak a munka világába.

Ezen felül egy egyedi lehetőséget is magukénak tudhatnak azok a hallgatók, akik sikeresen csatlakoznak a felkínált műhelyek egyikéhez. Ez a lehetőség az úgynevezett CAPtain teszt, amely a tehetséggondozási program másik lényeges eleme.² A hallgatók álláskeresésének megkönnyítése érdekében a BKF vezetősége – a felsőoktatási intézmények között élen járva – úgy döntött, hogy a hallgatók számára eddig elérhető, hagyományos karrier-tanácsadási tevékenységet egy új, kompetencia alapú tesztrendszerrel, a CAPtain-el egészíti ki. A teszt a munkaalkalmasságot jellemző kompetenciákat méri, vagyis megmutatja, hogy milyen a kitöltő munkához való hozzáállása, mennyire céltudatos, kitartó, önérvényesítő, versengő, alapos, önálló, tud-e csapatban dolgozni, vannak-e vezetői képességei. A teszt kitöltése választ ad arra, hogy a jelölt miként vélekedik önmagáról, milyennek szeretne látszani környezete számára, és hogyan felel meg munkakörében. A BKF Karrier Centrum munkatársai tréningeken sajátították el a tesztek kiértékeléséhez szükséges ismereteket, így a kitöltést követően az eredmények azonnal láthatóvá válnak a Karrier Centrum munkatársai számára, akik személyes tanácsadás keretében adják át a hallgatónak teszteredményét. A teszt segítséget nyújt a munkával kapcsolatos kompetenciák jobb megismeréséhez, ezáltal a fejlesztendő területek meghatározásához. A hallgatóknak lehetőségük van két teszt kitöltésére, sikeres csatlakozás, illetve a műhelyből való távozás előtt. Az így elért eredmény egyrészt saját maguk fejlődését is megmutatja, másrészt pedig csatolhatják a teszt eredményét az álláspályázati anyagukhoz, ezáltal több információt adhatnak magukról, ami növelheti annak az esélyét, hogy sikeresen betölthessék a pályázni kívánt pozíciót. A második CAPtain teszttel együtt a hallgatók kapnak egy kétnapos tréninget is, amelynek témája az együttműködés, csoportdinamikai folyamatok, önmenedzselés és időgazdálkodás.

A két CAPtain teszt szerepét az alábbi ábra szemlélteti.

² CAPtain teszt (Computer Aided Personality Testing)

A műhelymunkában részt vevő hallgatók töltik ki a **Captain** tesztet.



Major Szilvia

1. ábra: CAPtain teszt szerepe a műhelymunkában

Forrás: Major Szilvia, igazgató, BKF Karrier Centrum

4. MARKETING-MŰHELY

A marketingműhely céljainak meghatározásánál figyelembe kellett venni a pályázat tehetséggondozási program elvárásait, céljait. Fő cél, hogy a tehetséges diákoknak többet nyújtson a Főiskola, úgy, hogy a kiválasztott hallgatók plusz lehetőséget, szolgáltatást kapjanak. Így lehetőségük nyílik kiemelt projekteken és kutatásokban aktívan részt venni, ezáltal gyakorlati tapasztalatokat szerezhetnek. A CAPtain teszttel együtt így tovább erősíthetik elhelyezkedési lehetőségeiket a tanulmányaik befejeztével.

A marketingműhely kiemelt célja a tehetséges hallgatók támogatása, számukra órakereten túlmutató lehetőségek biztosítása. Ennek érdekében fontos, hogy a Főiskolára beérkező kutatási és más egyéb marketinges feladatokról a műhelyvezető tudomást szerezzen. E feladat ellátásáért a tehetséggondozás szakmai koordinátora felelős. Napjainkig számos céges megkeresés fut be Főiskolánkra, amelyekben hallgatói munkára kapunk felkérést. Sajnos sok esetben ezek a megkeresések zsákutcába futnak, mivel nem a megfelelő kollégához lettek irányítva, vagy pedig a marketinges kollégáknak nincs kapacitása, de legtöbb esetben a hallgatók motivációja okozza a problémát. A marketingműhelybe felvett hallgatóknál ez az eset nem okoz majd problémát, mivel motivált és gyakorlati munkára éhes hallgatók csapata fogja ellátni a beérkező feladatokat. A marketingszakma országos diákversenyein eddig is több BKF-es csapat indult, de ezek rendszerint nem egy szakmai felügyelet alatt készültek és a megfelelő felkészítést sem kapták meg minden esetben. Célunk, hogy olyan elit csapatot hozzunk létre, amely felkutatja és kiaknázza azokat a diákversenyeket, amelyeken jó eséllyel indulhatunk. Továbbá lehetősége lesz a műhelynek, hogy aktívan részt vegyen a TDK felkészítésben házi és országos szinten is. Emellett fontos lehet marketingműhely szerepe a kollégák, különös tekintettel a doktori iskolát végzők számára a tudományos munka szempontjából. Közös publikációkkal és a kutatásukban történő együttműködésükkel segíthetik a kollégák tudományos munkáját.³

A műhely működését egyrészt a BKF Marketing intézetének kutatási területei, másrészt pedig a beérkező felkérések határozzák meg. A kiemelt kutatási területeink közé tartozik a kisvállalati marketing, az országmárkázás, országimázs-építés, a gyógyszermarketing és a marketingkommunikáció, a reklám új eszközei. Ezekben a témákban beérkező felkérések feldolgozásában a marketing intézet oktató kollégáinak segítségével nélkülözhetetlen lesz. A beérkező felkérések a vállalati szféra igényein múlik, de a műhely működése szempontjából meghatározó jelleggel bír.

Az öt műhely működésében szinergiát kell teremteni és gondoskodni kell arról, hogy az egyes műhelyek vezetői tudjanak egymás projektjeiről, így lehetőség nyílik az együttműködésre a különböző műhelyek közt, egy olyan projekt esetében, amely felkarolja kettő vagy akár három műhely szakmai kompetenciáit.

A műhelymunkához a BA-hallgatók két sikeres félév teljesítése után jelentkezhetnek és ideális esetben két félévet tölthetnek aktívan a műhelyben. Sikeres bennmaradásuk esetén kreditet kapnak minden félév végén, és szakmai gyakorlatként is elfogadjuk a műhelyben végzett munkájukat. Az ideális létszám 8-10 fő lehet. A műhelyvezetővel kéthetente találkoznak és az ott végzett feladatokat egy naplóban, úgynevezett „progress report”

³ Tehetséges hallgatóink eddig is részt vettek társszerzőként és saját publikációval:

- Kommunikáció és Média (BKF saját folyóirata)
- prherald.hu,
- mediainfo.hu,
- The Line Magazin,
- Marketing és Média,
- Magyar Fogyasztó

formájában vezetik. A félév végén a műhely készít egy beszámolót és erről előadást tart a többi műhely, illetve minden érdeklődő számára a Főiskolán.

A marketingműhelyez való csatlakozás számos előnnyel jár a tehetséges hallgatók számára. Ezek közül is a fontosabbak:

- A kiválasztott hallgatók alaposan megismerhetik a marketing, reklám, pr szakmát, annak mind elméleti, és főként gyakorlati oldalát.
- Közvetlen segítséget kaphatnak a Tudományos Diákköri Konferencia (TDK) felkészüléshez, a TDK-dolgozat megírásához, illetve a különböző reklám és médiaversenyeken való induláshoz.
- Széleskörű szakmai kapcsolatok, melyek segítenek a későbbi elhelyezkedésben.
- A gyakorlatban sajátíthatják el, hogyan kell marketingkutatásokat végezni, milyen módszertannal és hogyan kell az adatokat feldolgozni és prezentálni.
- Lehetőséget kapnak a tudományos és bulvárosabb marketing cikkeket írni és szerkeszteni, és felvenni a kapcsolatot a szakmai médiumokkal.
- Lehetőséget kapnak színvonalas anyagok publikálására többek között a PR Herald, a Brand&Trend, a Mediainfo, a Magyar Reklám, valamint a Marketing és Média oldalain.
- Szakmai konferenciákon való részvétel

5. BEFEJEZÉS

A BKF VALID pályázata arra ad lehetőséget a konzorcium tagjainak, hogy a hallgatói szolgáltatásokat bővítsék, illetve minőségüket növeljék. Ennek létfontosságú eleme a tehetséggondozás beindítása. A beindított öt különböző szakmai tehetséggondozó műhely azt a szerepet kapta, hogy kiemelten foglalkozzon azokkal a hallgatókkal, akik tehetségesek és többre vágnak a felsőoktatásban töltött idő alatt. A marketingműhely célja, hogy olyan lehetőségeket biztosítson ezen hallgatóknak, amelyek által elsajátíthatják a marketing szakma gyakorlati oldalát és értékes tapasztalatokkal gazdagíthatják tudásukat. A projektek és kutatások egyben felkészítést is jelentenek a hallgatóknak a munka világára. A sikeresen teljesítő hallgatóknak számos plusz szolgáltatást ad a műhelyben töltött időszak és ez - reményeink szerint - munkaerő-piaci esélyeiket is nagymértékben növelheti.

ENGLISH SUMMARY

Budapest College of Communication and Business (BCCB) aims to develop its presence on the labour market through a tender, namely the TÁMOP 4.1.1 VALID project. For this project BCCB teamed up with two other institutions and received EU funds for these purposes. The aims of the project include the improvement of students' opportunities when entering the labour market and decreasing unemployment in Hungary. According to the requirements of the project, BCCB established five workshops in different fields of study. These workshops can serve as platform for students to gain more practical knowledge in the contemporary issues and enjoy the opportunities of real projects and research. The aim of the marketing-workshop is to hire 8-10 students who can actively participate in the upcoming projects. The possible areas of research for the marketing-workshop include SME marketing, country branding, country image-building and contemporary issues in marketing communication. All of these projects will contribute to a better opportunity for these students when entering the labour market.