

# **OTDK-dolgozat**

2015

**A beiskolázási nyílt napok szerepe a felsőoktatási marketingben, egy  
konkrét kar példáján**

**The role of enrollment open days in higher education marketing: evidence  
from a business faculty of a Hungarian university**

Kézirat lezárása: 2014. április 20.

## TARTALOMJEGYZÉK

|                                                                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Bevezetés .....                                                                                                                 | 1  |
| 2. Elméleti áttekintés.....                                                                                                        | 3  |
| 2.1. A marketing és a fogyasztói magatartás.....                                                                                   | 3  |
| 2.2. A fogyasztói magatartás modellje .....                                                                                        | 3  |
| 2.3. Oktatásmarketing, felsőoktatási marketing .....                                                                               | 8  |
| 2.4. Az oktatás célcsoportjai .....                                                                                                | 10 |
| 2.5. Beiskolázási marketing .....                                                                                                  | 11 |
| 3. Beiskolázási nyílt napokat vizsgáló kutatások a szakirodalomban.....                                                            | 14 |
| 4. Módszerek és minta .....                                                                                                        | 19 |
| 5. Primer kutatási eredmények.....                                                                                                 | 22 |
| 5.1. A nyílt napok elemzése .....                                                                                                  | 22 |
| 5.2. A 2012/13 és 2013/14-es tanévben beiskolázott hallgatók adatai.....                                                           | 36 |
| 5.3. Elemzések összegzése .....                                                                                                    | 42 |
| 6. Konklúzió.....                                                                                                                  | 46 |
| Irodalomjegyzék.....                                                                                                               | 49 |
| 1. Melléklet: A kérdőíves kutatások adatait tartalmazó táblázatok.....                                                             | 52 |
| 2. Melléklet: Statisztikai adatokat tartalmazó táblázatok.....                                                                     | 63 |
| 3. Melléklet: A kutatás során használt kérdőívek.....                                                                              | 68 |
| 4. Melléklet: A 2012/13-as tanévben beiskolázottakkal végzett kutatás azon kérdései, amelyek jelen elemzésben is részt vettek..... | 73 |

## TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. táblázat: A felsőoktatási intézmények által használt kommunikációs eszközök .....              | 12 |
| 2. táblázat: Szekunder kutatási eredmények összegzése .....                                       | 17 |
| 3. táblázat: A vizsgált minták elemszámai .....                                                   | 21 |
| 4. táblázat: A nyílt napos válaszadók demográfiai adatai (2008-2013).....                         | 22 |
| 5. táblázat: A beiskolázottak demográfiai adatai (2012-2013).....                                 | 36 |
| 6. táblázat: Általános adatok (2012-2013 első félév) .....                                        | 37 |
| 7. táblázat: Internetes oldalak használata, 2012/13-as tanév, első félév (öt fokozatú skála)..... | 38 |
| 8. táblázat: Internetes oldalak használata, 2013/14-es tanév, első félév.....                     | 38 |
| 9. táblázat: Információforrások használata, 2012/13-as tanév, első félév (öt fokozatú skála) .... | 39 |
| 10. táblázat: Hitelesség, 2012/13-as tanév, első félév .....                                      | 39 |

## ÁBRAJEGYZÉK

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. ábra: A döntési folyamat .....                                                          | 5  |
| 2. ábra: Demográfiai adatok idősoros alakulása (2008-2013 nyílt napok) N=1024 .....        | 23 |
| 3. ábra: Gimnazisták és szakközépiskolai diákok száma (2008-2013 nyílt napok) N=1024 ...   | 24 |
| 4. ábra: A képzési forma iránti érdeklődés (2009-2013 nyílt napok) N=1024 .....            | 25 |
| 5. ábra: A képzési forma iránti érdeklődés (2009-2013 nyílt napok) N=1024 .....            | 27 |
| 6. ábra: Nyílt napokról történő tájékozódás változása (2008-2013 nyílt napok) N=1024 ..... | 28 |
| 7. ábra: A legnépszerűbb nyílt napos témák (2008-2013 nyílt napok) N=1024 .....            | 29 |
| 8. ábra: Diplomázás utáni tervek változása (2008-2013 nyílt napok) N=1024.....             | 32 |
| 9. ábra: Intézményi vonzerőt meghatározó tényezők (2008-2013 nyílt napok) N=1024.....      | 34 |
| 10-11. ábra: Egyetem, kar, szak, város, 2012. decemberi nyílt nap, N=56.....               | 35 |
| 12. ábra: Leghitelesebb személy a kar részéről, 2012/13 tanév nyílt napok (db) N=115 ..... | 36 |
| 13. ábra: Diplomázás utáni tervek alakulása (2012-2013 elsősök) N=321 .....                | 38 |

## 1. Bevezetés

A dolgozat témája a felsőoktatási marketing, azon belül is az egyik legelterjedtebb ezt szolgáló eszköz, a beiskolázási nyílt nap vizsgálata. A nyílt napok szervezése hazánkban és külföldön is népszerű a felsőoktatási intézmények körében. A felvi.hu oldalon elérhető, hogy melyik egyetem vagy főiskola szervez ilyen eseményt. A weboldalon fellelhető 69 magyarországi felsőoktatási intézmény közül 45-nek volt vagy lesz nyílt napja a 2013 októbertől és 2014 májusa közötti időszakban (Felvi 2013a). Külföldi példaként az opendays.com oldal mintegy 410 intézményt sorol fel az Egyesült Királyságban, amelyek szinte mindegyike szervezett már valamikor nyílt napot (opendays.com 2013).

A bolognai folyamat során a hagyományos ötéves képzést a legtöbb szakon a 3 vagy 3,5 éves alap- és 2 éves mesterképzés váltotta fel (Derényi 2008:2). Emellett megnövekedett az intézmények közötti átjárhatóság lehetősége is. Ez ahhoz vezetett, hogy az egyetemeknek és főiskoláknak már nem csupán a hallgatók magukhoz vonzására kell koncentrálniuk, hanem arra is, hogy megtartsák őket az alap- és mesterképzésen egyaránt. Tehát fontossá vált az újrávárlásra való ösztönzés, ami korábban kevésbé volt jellemző. Ez a gyorsan változó – szabályozási, munkaerő-piaci – környezettel és az erősödő versennyel (hazai intézmények nagy száma és a külföldi tanulási lehetőségek növekedése) kiegészülve a marketing tudatosabb alkalmazása felé hajtja a felsőoktatási intézményeket. Emellett a piac keresleti oldala is folyamatosan szűkül, hiszen a hagyományosan felsőoktatásba lépők száma csökkenő tendenciát mutat. A felvi.hu kimutatása is azt szemlélteti, hogy a jelentkezők száma jelentősen visszaesett 2001 és 2013 között (Felvi 2013b). Az egyetemek és főiskolák helyzetét tovább nehezíti, hogy a marketingtevékenységek költségeit azon keretek között kell tartaniuk, amelyeket finanszírozási helyzetük megenged. A marketing-költségvetés esetleges szűkössége miatt pedig még lényegesebb, hogy az intézmények olyan eszközöket alkalmazzanak a marketingkommunikáció során, amellyel hatékonyan el tudják érni az általuk kiválasztott célcsoportot.

A felsőoktatási intézmények marketingtevékenységének többféle eszköze létezik, azonban ezek valószínűleg más-más csoportok – illetve célok – elérésére alkalmasak. Erre vonatkozóan kevés empirikus kutatás készült. Jelen elemzés fókuszában az a kérdés áll, hogy vajon a nyílt napra látogató diákok önálló szegmentumnak tekinthetők-e a potenciális jelentkezőkön belül, és ha igen, hogyan írható le ez a csoport és sajátos jellemzői alapján mennyire igényel egyedileg kialakított marketingkommunikációt.

A dolgozat empirikus részét előbb egy szakirodalmi áttekintés, majd pedig egy saját kutatás teszi ki, amely utóbbi a nyílt napok jelentőségét vizsgálja egy konkrét kar által szervezett ilyen, több éves eseménysorozatának elemzésén keresztül. A minta kiegészül az ugyanezen intézményben beiskolázott első éves hallgatóktól, külön felmérés során, de részben hasonló kérdésekre kapott válaszokkal, amely megteremti a lehetőséget a beiskolázottak és a nyílt napra látogatók összehasonlítására. A 2013/14-es tanévben pedig elkezdődött a beiskolázott hallgatók megkérdezése kifejezetten a nyílt napokkal kapcsolatban. Ez lehetővé teszi ezen események hatékonyságának a mérését olyan módon, hogy a nyílt nap tapasztalatainak hatását vizsgálja a továbbtanulási döntésre vonatkozóan.

A kutatás során a következő kérdésekre keresem a választ:

- hol helyezkednek el a beiskolázási nyílt napok a felsőoktatási marketing rendszerében;
- melyek a nyílt napra látogatók főbb jellemzői és ezek időben mennyire állandóak;
- mennyire eredményesek a vizsgált kar által szervezett nyílt napok;
- mennyire alkot önálló szegmenset és ezáltal igényel sajátos marketingkommunikációt a nyílt napok potenciális közönsége, amely kialakítása hozzájárulhat az intézmények beiskolázási céljainak fokozottabb megvalósításához.

A 2. fejezet tartalmazza az elméleti áttekintést, amelyben bemutatom a kapcsolódó fogalmakat, majd pedig a szekunder kutatási eredményeket (3. fejezet). Ezt követi a módszertani elemek ismertetése és a kérdőívek elemzése, amely segítségével választ kapunk a fent feltett kutatási kérdésekre. A dolgozat titkosítási követelményei miatt minden esetben átnevezésre kerültek azok a tényezők, amelyek a vizsgált karra utalnak.

## 2. Elméleti áttekintés

Ebben a fejezetben szakirodalmi forrásokra alapozva bemutatom a fogyasztói magatartás elméletének a dolgozat szempontjából lényeges elemeit, majd a felsőoktatási marketinget és a témához kapcsolódó további fogalmakat. A marketing-eszközök között a beiskolázási nyílt napok kerülnek bővebben leírásra, tekintettel azok helyére a továbbtanulási döntési folyamatban.

### 2.1. A marketing és a fogyasztói magatartás

A dolgozat a marketing egyik részterületével, az oktatásmarketinggel foglalkozik. *Marketing* alatt a továbbiakban a Philip Kotler által meghatározott fogalmat értjük, miszerint az „olyan társadalmi folyamat, amely révén az egyének és csoportok értékeket, termékeket és szolgáltatásokat hoznak létre és felkínálják azokat egymás közötti cserére, s így megszerzik mindazt, amire szükségük van, és amit akarnak” (Kotler 2008:40).

A marketing-stratégia megtervezése során a szervezetek úgynevezett *marketingmixet* alakítanak ki, amely „a marketingeszközök különböző piaci helyzetekben alkalmazott, az adott piaci helyzetnek megfelelően kombinációja” (Veres – Szilágyi 2008:29). A szerzők leírják, hogy ezt szokás 4P-nek is nevezni, amely a következő eszközöket tartalmazza a termékek esetében (zárójelben a tényezők angol megfelelői szerepelnek, amelyek a 4P-t adják): termék (Product), ár (Price), értékesítés csatorna (Place) és kommunikáció (Promotion). Megjegyzik azonban, hogy amennyiben szolgáltatásról van szó – az oktatás is ide sorolható –, a fenti négy tényezőt további három egészíti ki 7 P-vé: emberi tényező (People), tárgyi elemek (Physical evidence) és a folyamat (Process). Kifejtik, hogy a termék a termékjellemzőket és kínálatot, az ár az árszínvonalat és árstratégiákat, a csatorna pedig az értékesítéshez igénybe vett rendszereket és módszereket jelenti. Az emberi tényező a szolgáltatás létrejöttében szerepet játszó embereket, a tárgyi elemek a környezetet, míg a folyamat magát az eljárást jelenti (Veres – Szilágyi 2008:227). A tipikus marketingkommunikációs eszközök közé Sándor (2006:91-155) a személyes meggyőzést (amelyben az eladó és a vevő személyes kapcsolata jön létre), az eladásösztönzést (vásárlásra ösztönző bemutatók vagy kiállítások), a közönség-kapcsolatokat és a reklámot sorolja.

### 2.2. A fogyasztói magatartás modellje

A fogyasztói magatartás modellje bemutatja a vásárlási döntési folyamatot, valamint azokat a tényezőket, amelyek hatással vannak a kimenetelére (Bauer et. al. 2009:48).

A jellemzőknek különféle csoportjai ismertek, például kulturális, társadalmi, személyes és pszichológiai (Veres – Szilágyi 2008:41).

### ***Befolyásoló tényezők***

Mivel a *kultúra* befolyásolja az emberek viselkedését, így az behatárolja a vásárolható termékek fontosságát és azoknak a körét is. Ezen túl beszélhetünk szubkulturákról is, amelyek többek között nemzetiségi, vallási vagy földrajzi csoportok is lehetnek (Veres – Szilágyi 2008:42). A szerzők szerint az ilyen csoportokhoz való tartozás is nagy hatással van az értékrendre, a szokásokra és az érdeklődésre. Veres és Szilágyi a társadalmi tényezőkhöz sorolja a *referenciacsoportokat*. Ezek azok „melyet az emberek viselkedésük, értékrendjük, normáik kialakításában viszonyítási pontként tekintenek. A referenciacsoport befolyásolja a termékcsoporthoz és a termékek márkájának választását, főképp a látható fogyasztás (ruházat, autó, óra) esetén” (Veres – Szilágyi 2008:42). Az elsődleges ilyen csoport a szerzők szerint a család, hiszen a felnőtté válás során itt tanulja meg mindenki a szerepeket és normákat. Kiemelik továbbá, hogy a vásárlást nem csak az a referenciacsoport befolyásolja, ahová az egyén tartozik, hanem az is, ahová tartozni szeretne. A *személyes* jellemzőkhöz többek között a nem, a foglalkozás az életmód, a személyiség és az életkor tartozik (Veres – Szilágyi 2008:43-45). A szerzők a *pszichológiai* jellemzők között a vásárlás motivációját, az attitűdöt és gondolkodásmódot, az észlelést és a tanulást említik.

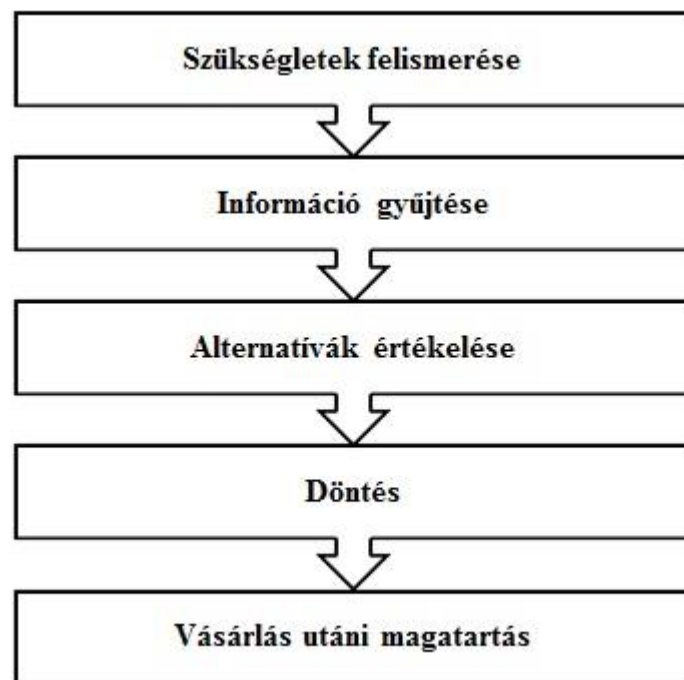
Bauer és társai (2009:66) kiemelik a döntést befolyásoló szituációs tényezőket is, „amelyek adott helyen, adott időben megfigyelhetők, és amelyek nem következnek a vásárló személyének ismereteiből, de hatással vannak a vásárlási döntésre”. A vásárlási helyzet, illetve a termék vagy szolgáltatás fontossága befolyásolja a fogyasztó érdekeltségi szintjét, vagyis azt, hogy mennyire hajlandó erőforrásokat fordítani annak a megszerzésére (Bauer et.al. 2009:66). Ahogy a szerzők leírják, *alacsony érdekeltség* esetén a fogyasztó rutinszerűen viselkedik, kevésbé motivált a döntésben és kevesebb időt, figyelmet és energiát fordít a vásárlási szituációra. Ebben az esetben a termék értékelése a vásárlás után következik. Míg *magas fogyasztói érdekeltségnél* az aktív keresés, az erős motiváció, az információgyűjtés és a magasabb erőforrás befektetés jellemző. A vevő végigjárja a később ismertetésre kerülő (1. ábra) felvázolt döntési folyamatot. A továbbtanulás esetében azt mondhatjuk el, hogy azon számára, akik részt vesznek például nyílt napokon, ez a döntés inkább a magas érdekeltségű kategóriába tartozhat.

Veres és Szilágyi megkülönböztetnek különböző *vásárlási helyzeteket*. *Egyszerű* vásárlás esetén rutinszerű döntésekről van szó, amelyek különösebb megfontolás nélkül mennek végbe (Veres – Szilágyi 2008:40). *Bonyolult* esetekben a fogyasztó ismeri a márkákat és a közöttük lévő különbségeket. Általában elegendő idő áll a rendelkezésére, de gyakran nagy a vásárlás kockázata (Veres – Szilágyi 2008:41). A bonyolult szituációhoz általában azok a dolgok tartoznak, amelyeket ritkán szoktak venni az emberek, mint például az autó vagy mosogatógép. A szerzők felhívják a figyelmet, hogy a nagy bizonytalanság miatt nagyobb a kognitív disszonancia érzésének a felmerülési lehetősége. Ezért a vevői elégedettség mérése fontos ezen tényezőknél, különösen a szolgáltatások esetében (Veres – Szilágyi 2008:41). A továbbtanulással kapcsolatos döntés a bonyolult szituációk közé tartozik, hiszen nem gyakran állunk szemben ilyen választási helyzettel, és a döntés nagy befolyással van a fogyasztó jövőjére.

### ***A döntési folyamat***

Veres és Szilágyi öt részre bontotta a *vásárlási döntési folyamatot*, amelyet az alábbi ábra szemléltet.

1. ábra: A döntési folyamat



*Forrás: saját szerkesztés Veres – Szilágyi 2008:48 alapján*

Ezek közül az első a *szükségletek felismerése*. „A vásárlás folyamata azzal kezdődik, hogy a vevő a szükségletet vagy a problémát megállapítja” (Veres – Szilágyi 2008:48). Ilyenkor

egy konkrét termékre vonatkozó igény vagy megoldás fogalmazódik meg a fogyasztóban, valamilyen külső inger vagy belső motiváció hatására (Bauer et. al. 2009:50). A felsőoktatás tekintetében az emberekben felmerülhet a szükséglet akár végzettség, akár adott ismeretanyag megszerzésére, akár más oktatással járó haszon iránt. Mivel mindenki különböző, így vannak, akikben ez hamarabb, és vannak, akikben később tudatosul.

A második szakasz az *információgyűjtés*, amihez a vásárló külső és belső forrásokat egyaránt igénybe vesz (Veres – Szilágyi 2008:49). A belső forrásokhoz saját tapasztalataink és tudásunk tartozik, míg a külsőhöz Veres és Szilágyi többek között a családot, barátokat, és a reklámokat sorolja. Töröcsik Mária (1998:33) felhívja a figyelmet arra, hogy a döntéshozatalt számos olyan tényező befolyásolja, amely akadályozza a logikus választást (például értelmi és érzelmi korlátok). A felsőoktatási intézményeknek marketingtevékenységük tervezése során figyelembe kell venniük ezeket a faktorokat is, hiszen a potenciális jelentkezőket nem csupán logikai, hanem érzelmi szempontból is meg kell győzniük arról, hogy valóban ők a megfelelőek az adott diák számára.

A harmadik fázis az *alternatívák értékelése*, amely több szakaszból áll (Veres – Szilágyi 2008:51). A szerzők hangsúlyozzák, hogy itt már nem csupán a kínálat meghatározott halmazára vonatkozó információkkal rendelkezik a vásárló, hanem számára fontos szempontokkal is. A termékek halmazát le kell csökkenteni, hogy csak azoknak a köre maradjon, amelyek tényleges odafigyelést érdemelnek. A vásárló az általa meghatározott szempontok és kritériumok alapján fogja értékelni az alternatívákat. A döntéshez meghatározhatunk bizonyos kulcsfontosságú jellemzőket, vagy minimum vagy maximum kritériumokat is. A felsőoktatási döntésnél számos tényező válhat *értékelési szemponttá* (például a tandíj vagy az egyéb költségek), és ezek jelentősen különbözhetnek a diákok körében. A vizsgált kar által használt kérdőívekben a válaszadók azt értékelik, hogy bizonyos jellemzők mennyire vonzóak számukra egy felsőoktatási intézmény tekintetében. Ennek a segítségével feltárhatóak olyan kulcsfontosságú szempontok, amelyekre a karnak jobban oda kell figyelnie (3. fejezet). Bauer és társai (2009:51) kiemelik, hogy érdemes lehet többletinformációt elhelyezni a terméken (például teszteredmények a csomagoláson), hogy megkönnyítsék a vásárló számára a választást.

A negyedik szakaszban megtörténik maga a *döntés* (Veres – Szilágyi 2008:52). Az előzőekben meghatározott kritériumoknak és módszernek megfelelően a vásárló kiválaszt egy terméket vagy márkát. A vásárlás különféle kockázatokat (például pénzügyi, társadalmi)

rejt magában, amelyeket a fogyasztó csökkenteni igyekszik (Bauer et. al. 2009:52). A vásárlási folyamat kétféle lehet: ha előre tervezett vásárlásról van szó, akkor a döntési folyamat szakaszai időben és térben is elkülönülnek egymástól; míg ha impulzív vásárlásról beszélünk, akkor mindez sokkal rövidebb idő alatt megy végbe (Veres – Szilágyi 2008:53). A továbbtanulási döntésnél a diákok a jelentkezési lapon választják ki a preferált intézményeket, tehát ez egy előre tervezett vásárlás (amelyet korlátozott ideig módosíthatnak). A felsőoktatásba való jelentkezés sajátossága azonban, hogy bár az egyén már választott, az egyetemek a ponthatárok alapján veszik fel a diákokat. Tehát nem biztos, hogy maga a „vásárlás” kizárólag a jelentkező akarata vagy preferenciája alapján fog megtörténni.

Veres és Szilágyi a vásárlási folyamat részeként nevezi meg a *vásárlás utáni magatartást* is, hiszen ekkor derül ki, hogy a termék vagy szolgáltatás mennyire teljesíti a vele szemben támasztott elvárásokat. Ha jelentős különbség van az észlelt és az elvárt minőség között, akkor az disszonanciát okozhat a vásárlóban (Veres – Szilágyi 2008:54). A negatív érzelmek és tapasztalatok megakadályozhatják a jelenlegi fogyasztó újravásárlását, a szájreklámon keresztül pedig befolyásolhatják a potenciális vevők vásárlási magatartását. Jelen kutatás is alátámasztja (5. fejezet), hogy a jelentkezők adnak mások véleményére az intézményválasztásnál. Ezért a felsőoktatási intézményeknek érdemes törekedni arra, hogy nem csupán a potenciális, hanem a jelenlegi hallgatókban is pozitív érzéseket és tapasztalatokat keltsenek. Fontos továbbá a vásárlói elégedettség mérése és javítása, valamint a vásárlás utáni vevőgondozás. Bauer és társai (2009:53) kiemelik, hogy ez a szakasz különösen fontos az újravásárlás szempontjából, hiszen ha a fogyasztó elégedett, akkor a következő vásárlása már rövidebb idő alatt fog végbemenni (a probléma-felismerést követi a vásárlás).

Az elmúlt években a változó gazdasági helyzet, a diplomás munkanélküliség, és számos más tényező is közrejátszik abban, hogy a felsőoktatásról való *döntés menete és módszere világszerte folyamatosan és gyorsan változik*. Ezzel kapcsolatban végeztek egy felmérést az Egyesült Királyságban. Az eredmények szerint a 2011/12-es tanévben jelentkezők teljesen más választási folyamatot mutatnak, mint az őket megelőző társaik (YouthSight 2012). Ezért a választási folyamat feltérképezése akár minden évben fontos és aktuális kutatási terület lehet a felsőoktatási intézmények számára.

### 2.3. Oktásmarketing, felsőoktatási marketing

A termelő- vagy szolgáltató vállalatok mellett „a felsőoktatási intézmények fennmaradása és fejlődése is igen jelentős mértékben a külső elvárásokhoz, a mikro- és makrokörnyezeti hatóerőkhöz és ezek változásaihoz való rugalmas alkalmazkodás függvénye” (Törőcsik – Kuráth 2010:69). Ezért az oktatási intézményeknek a működési környezetük mellett a fogyasztókra és a vevőkre is fókuszálniuk kell. Maga a „tudástársadalom”, illetve a hozzá kapcsolódó kihívások is a marketing alkalmazása felé hajtják az intézményeket (Kuráth 2007:41).

Az oktatásnak különböző szintjei léteznek, amelyek ennek megfelelően eltérő kihívásokkal rendelkeznek, és más-más elvárásokkal néznek szembe. Ezek közül a dolgozat a felsőoktatással foglalkozik. Pavluska Valéria a következőképpen fogalmazta meg a *felsőoktatási marketing fogalmát* (idézi Kuráth 2007:44): „felsőoktatási marketing alatt a felsőoktatás piacán tevékenykedő intézmények, cégek, közvetítők, egyéb szolgáltatók olyan szervezeti funkcióját értjük, amely a felsőoktatási szolgáltatások igénybevevői számára értéket teremt, közvetít és kommunikál oly módon, hogy az a szervezetek, az igénybevevők és a társadalom érdekeit egyaránt szolgálja”. Továbbá Kuráth (2007) szerint a felsőoktatási marketing nem csupán egy piacorientált nézőpont, hanem egy olyan stratégiai tevékenység is, ami hozzájárul az intézményi célok eléréséhez, az oktatás sajátos jellemzőinek figyelembe vétele mellett. Piskóti István megközelítésében „a *felsőoktatás-marketing* az intézmények piacra irányuló tervezett, stratégiai és taktikai – imázsorientált – tevékenysége, melynek keretében az erőforrásai, kompetenciái hasznosításával a tudásintenzív termékeit, szolgáltatásait oly módon értékesíti, hogy célcsoportjai, vevői elégedettségét tartósan elérje, s ezzel az intézmény hosszú és rövid távú gazdasági és társadalmi céljai elérését támogassa” (Piskóti 2011:42).

A termékek és a szolgáltatások között természetükből fakadóan vannak különbségek, és ezeknek megfelelően másfajta marketingtevékenységet igényelnek. Ezeket a jellegzetes eltéréseket a *HIPI*-elv foglalja össze, amelyhez a következő jellemzők tartoznak: változékonyság, nem fizikai természet, nem tárolható jelleg és elválaszthatatlanság (Józsa et. al. 2005:98-99).

A fogyasztók különbözőségéből fakad, hogy eltérő módon érzékelik az igénybe vett szolgáltatások minőségét. Az oktatás esetében ez nagyban múlik a felhasználón is, hiszen az

érték kialakításában ő maga is szervesen részt vesz (*Kuráth 2007:46*). A *változékonyságot* tovább növeli, hogy magát a szolgáltatást (oktatást) is emberek nyújtják.

*Nem fizikai természete* miatt az oktatásról nehéz a vásárlás előtt pontos információkat szerezni. A jelentkező diákok általában a felsőoktatási intézmények által nyújtott forrásokon (például weboldal, tájékoztatófüzet, nyílt napok) kívül mások véleményére is adhatnak a döntés meghozatal előtt.

Az oktatást *nem lehet tárolni*. Az egyes előadásokon átadott ismeretanyag egy része ugyan később is elérhető könyv vagy jegyzet formájában, az órán elhangzott plusz információk és az oktatóval való interakció lehetősége elvész azok számára, akik nem jelennek ott meg.

A hagyományos oktatás nyújtása és az oktatás igénybe vétele egymástól időben és térben *nem elválasztható*. Ezzel szemben az új technikák, mint az e-learning vagy a távoktatás már új lehetőségeket kínálnak ebben a tekintetben (*Fodorné – Haraszty 2009:19*).

Az oktatásnak számos olyan jellemzője van, ami megkülönbözteti azt az általános termékektől és szolgáltatásoktól. Egyfelől egy olyan általában *non-business* terület, amelyben nagyon fontos szerephez jutnak az *érintettek közötti kapcsolatok* (*Veres 2009:209-508*). Másfelől többféle célcsoportja is lehet, legfontosabbak a tanulók és családjaik, a politikai döntéshozók és a helyi közösségek. Ezért a különböző csoportoknak való megfelelés miatt érdemes differenciált stratégiákat kidolgozni a cél elérése érdekében (*Piskóti 2011:44*). Az oktatásban speciális kompetenciák vesznek részt az értékalkotásban (*Pavluska 2010:16*). A szerző kiemeli, hogy az érték teremtésében a fogyasztó is részt vesz, viszont az eredmény megítélése nagyon szubjektív, hiszen az output nem kézzel fogható. Az oktatás alapvetően egy olyan szolgáltatás, ami részben közjóság. Polónyi ezt azzal magyarázza, hogy bár az oktatásba történő befektetésből származó hasznokat elsősorban a tanulók és családjaik élvezik, vannak olyan hatásai is, amelyek az egész társadalomra kihatnak (*Polónyi 2002:250*). Varga Júlia ezen következmények közé sorolja többek között az alacsonyabb bűnözést vagy a technikai változásokhoz való hatékonyabb alkalmazkodás képességét (*Varga 1998:35*).

A szolgáltatások nyújtása során kapcsolat alakul ki a szolgáltató és a vevő között, ami a *kapcsolatmarketing* középpontjában áll. Az oktatás egy folyamatosan nyújtott szolgáltatás, amelyben szoros kapcsolat alakul ki a vevővel. „A relationship marketing klasszikus felfogásának lényege az, hogy a szolgáltató-igénybe vevő kapcsolatot hosszú távon stabilizálni kell, mert a törzsügylet olcsóbb, mint az új igénybe vevők megszerzése” (*Veres*

2009:207). A hallgatók megtartása és újravásárlásra (jellemzően alapképzés után mesterképzés elvégzése) való ösztönzése természetesen fontos szempont, azonban az oktatási intézményeknek folyamatosan oda kell figyelniük a potenciális új vásárlókra is (és a vevőkön túl például a helyi közösségekre, támogató szervezetekre vagy szponzorokra is).

Az oktatás további sajátossága, hogy az oktatási intézményeknek nem a profitszerzés az elsődleges célja, ezért részben a *non-business szolgáltatások* közé sorolhatjuk (Veres 2009:508). Veres szerint az ilyen szolgáltatók jártasak az *eseménymarketingben* is, ami hasznos lehet a nyílt napok vagy családi napok megtervezésénél.

Veres felhívja a figyelmet az „*ügymarketingre*”, amely a business és a non-business szféra együttműködés egyik legelterjedtebb formája (Veres 2009:518). Megvalósulásakor egy társadalmi vagy kulturális cél támogatására hosszabb távú kapcsolat épül ki a két szektor között. Az egyetemek esetében ez megnyilvánulhat különböző vállalati ösztöndíjakban, vagy vállalatokkal közösen kialakított képzésekben is. Hazánkban több ilyen példa is van felsőoktatási intézmények és vállalatok között. 2009-ben például a MOL már hét egyetemmel kötött stratégiai megállapodást (EduLine 2009). Az ügymarketinggel szoros kapcsolatban áll a *társadalmi marketing*, amellyel kapcsolatban a felsőoktatást illetően Piskóti István azt írja, hogy „az egyetemi marketing a társadalmi marketing megközelítésére kell, hogy építsen, azaz az egyes intézménynek, mint szervezeti marketingnek kooperálnia, ötvöznie kell az adott társadalmi érdekekben érintett, érdekelt szereplők nem csupán elvárásait, hanem figyelembe kell vennie, adott esetben integrálnia kell mások marketingaktivitásait” (Piskóti 2011:42). Tehát ez a megközelítés a társadalom egészének jólétére irányítja a figyelmet.

## **2.4. Az oktatás célcsoportjai**

Több felsőoktatási *célcsoportot* is azonosíthatunk (fiatalok, jelenlegi vagy volt hallgatók, szülők) attól függően, hogy milyen szempontot veszünk figyelembe. A felsőoktatásba jelentkezők legnagyobb részét a középfokú tanulmányaik végén járó diákok adják, ami főleg a 17-19 éves korosztályt jelenti. Ahogy az 5. fejezetben látni fogjuk, a vizsgált kar beiskolázási nyílt napjain felvett kérdőívek adatai, valamint a 2012/13 és 2013/14-es tanévben beiskolázott hallgatókkal készült felmérés eredményei is ezt támasztják alá. Tehát a nyílt napok szempontjából lényeges lehet a fent meghatározott szegmensnek a sajátosságait és vásárlási szokásait vizsgálni.

Ez a csoport valószínűleg nem homogén, és tagjai különbözhetnek egymástól az igényeket, elvárásokat tekintve, így az intézmények marketingje sem lehet csupán egyféle. A középfokú

tanulmányaik befejezése előtt álló diákok egy részére igaz lehet az, hogy nem rendelkeznek egyértelmű elképzeléssel arról, hogy milyen irányban szeretnék folytatni tanulmányaikat, ezért a felsőoktatási intézmények beiskolázási marketing tevékenységének feladata nem lehet kizárólag az, hogy az általuk kínált képzésnek megfelelő érdeklődésű diákokat magukhoz vonzzák, hanem az is, hogy a bizonytalanoknak segítsenek pályát választani. Vannak olyan egyetemek, amelyek pályaválasztási tanácsadást is nyújtanak a nyílt napjukra ellátogatók számára. Ennek egyik hazai példája a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kara (Pannon Egyetem honlapja, 2013). Lényeges, hogy az egyetemek és főiskolák hiteles képet nyújtsanak magukról, ezzel is csökkentve a felvétel után esetlegesen kialakuló disszonancia érzésének lehetőségét. A technika fejlődésével új kommunikációs csatornák nyílnak meg (például a közösségi média), amelyek jó lehetőséget biztosítanak arra, hogy több diákot érjenek el marketing tevékenységükkel a felsőoktatási intézmények.

## **2.5.Beiskolázási marketing**

A felsőoktatási marketingnek számos területe van, amelyek közül jelen esetben a beiskolázásra vonatkozó tevékenységekre koncentrálunk. „A *beiskolázási marketinget* nem azonosíthatjuk a marketingtevékenység egészével, de annak kiemelt gyakorlatorientált, funkcionális részterületeként kezeljük, mely alkalmazása nem kerülhető meg a hazai felsőoktatásban” (Kuráth 2007:74). Kuráth (2007:78) egy kutatás keretében megvizsgált 29 hazai intézményt a beiskolázási marketing szempontjából is. Az eredmények azt mutatják, hogy zömében 3-5 éve végeznek a válaszadók beiskolázási tevékenységet, pár kiugró esetben azonban 14-15 év is megjelent. A stratégiai jelleget illetően az mondható el, hogy 9 intézmény nem folytatott tervezett tevékenységet, 7 stratégiai, míg 12 éves tervek alapján dolgozott beiskolázási területen. A válaszok azt mutatják, hogy a legtöbb intézmény csupán egy-két módszert alkalmaz a marketing eszköztárából, amelyek leggyakrabban figyelemfelkeltő kommunikációs eszközök (Kuráth 2007:80). Kuráth kiemeli, hogy „az intézmények a leghatásosabb eszközöknek a nyílt napokat és a honlapot tekintik” (Kuráth 2007:80).

A beiskolázás területén az alkalmazott eszközök széles tárháza alakult ki a felsőoktatási intézmények körében. Kuráth fent idézett munkájában ezeket az eszközöket két csoportra osztotta a két fél fizikai jelenlétének szempontjából: személyes és nem személyes eszközökre. Ezeket az alábbi táblázat mutatja:

1. táblázat: A felsőoktatási intézmények által használt kommunikációs eszközök

| Személyes eszközök     | Nem személyes eszközök |
|------------------------|------------------------|
| eseménymarketing       | holnap                 |
| kiállítások            | hírlevél               |
| középiskolai látogatás | plakátok               |
| nyílt napok            | ajándéktárgyak         |

*Forrás: saját szerkesztés Kuráth (2007:92) alapján*

Kuráth kiemeli azt, hogy az egyes elemek tényleges használata előtt érdemes figyelembe venni azok várható hatását is, és azoknak megfelelően kell kialakítani a kommunikációs tevékenységet (Kuráth 2007:92). Piskóti szerint a hatékony kommunikáció záloga az, ha a felsőoktatási intézmény minél többféle médiumon keresztül tartja a kapcsolatot a célközönséggel. Kiemeli az internetes megjelenés növekvő fontosságát, többek között a közösségi média (például Facebook) által nyújtott lehetőségeket említi (Piskóti 2011:48).

A beiskolázási marketing tevékenység egyik célja lehet a potenciális jelentkezők megfelelő információval történő ellátása, ugyanis „a jelentkezőknek határozott érveket kell adni a választáshoz, be kell mutatni az intézmény egyedi jellegét, hiszen egy adott tudományterületre irányuló jelentkezés egy életre szóló döntés lehet” (Kuráth 2005:2). A szerző elmondja, hogy a hatékony beiskolázási tevékenység befolyásolhatja a jelentkezők számán keresztül az intézmény hosszabb távú működését, valamint a potenciális hallgatók összetételét. Emellett pedig hatása van az egyetem vagy főiskola reputációjára és vonzerejére is. A *hallgatói jelentkezések általános csökkenése* tovább erősíti a felsőoktatási intézményekben az komolyabb beiskolázási stratégiák kialakításának szükségességét (Kuráth – Töröcsik 2011:16). Kuráth és Töröcsik szerint az egyes intézmények megítélésében fontos szerepet játszanak az eredmények (rangsorok, hallgatói versenyek, hírek), illetve maga a diploma munkaerő-piaci értéke is egyre jelentősebb szerephez jut.

A beiskolázási marketing eszközei közül jelen kutatás a *beiskolázási nyílt napokkal* foglalkozik. Ahogy az 1. táblázatban láthattuk, ezek egyik nagy előnye a többi kommunikációs formával szemben, hogy a személyes találkozás által speciális tapasztalatokkal gazdagodnak a látogatók. A résztvevők közvetlen kapcsolatba kerülnek az intézménnyel, az oktatókkal és a diákokkal, ami lehetőséget nyújt arra, hogy megtapasztalják az ottani atmoszférát. Ezt támasztja alá Kuráth Gabriella egyik kutatása, amelyben első éves hallgatókkal folytatott csoportos beszélgetést. Eredményként azt kapta, hogy a megkérdezettek számára nagyon fontosak a nyílt napok, valamint lényegesnek tartották a

személyes kommunikációt az intézmény jelenlegi és végzett hallgatóival és oktatóival egyaránt (*Kuráth 2007:124*).

Az előző alfejezetek alátámasztják, hogy a marketing olyan terület, ami az oktatási intézmények számára is fontos. Bár a legtöbb helyen nem tudatosan szervezett keretek között folytatják ezt a tevékenységet, mégis többnyire felismerték a jelentőségét. Az egyik leglényegesebb terület a beiskolázás, amire az intézmények jellemzően nagy hangsúlyt fektetnek. E marketing-terület egyik kiemelt eszköze a nyílt nap, amely események a továbbtanulási döntési folyamatban az információgyűjtés szakaszában kapnak először szerepet. Ilyenkor személyes kapcsolatba kerülnek a látogatók az intézmény oktatóival és hallgatóival. A jelentkezéskor más-más tényezőket tartanak fontosnak a döntéshozók, így a nyílt napok is bekerülhetnek valamilyen súllyal az értékelési szempontos közé.

### 3. Beiskolázási nyílt napokat vizsgáló kutatások a szakirodalomban

Ebben a fejezetben különböző nyílt napokkal foglalkozó kutatások eredményeit ismertetem (az eredmények közlésének sorrendjében), amelyek segítenek megérteni ezen események fontosságát és kulcsfontosságú jellemzőit, illetve a gyakorlatban vizsgálati módszerekbe is betekintést nyújtanak.

#### *Dél-Ausztrália 1996*

Chris Martin (1996) egy kutatásában 6 dél-austrál egyetem vett részt. A kérdőív kitöltése önkéntes volt az elsőévesek körében, akikről végül 774 értékelhető választ kaptak vissza. Az egyik kérdéskör a meghatározó *információforrásokra* kérdezett rá, amelyeket a hallgatók arra használtak, hogy több információt gyűjtsenek az intézményekről. Ilyen *eszközként az egyetemi nyílt napokat a válaszadók 22%-a jelölte meg* (Martin 1996:5). Szignifikáns különbség adódott ezen a téren a fiúk és a lányok között. A válaszok azt mutatják, hogy a *nők, illetve a gimnazisták nagyobb mértékben vettek részt nyílt napokon*. Az is kiderült, hogy a válaszadók 53%-a nem vett részt nyílt napon, 30% egy, míg 7% két vagy több ilyen eseményt is meglátogatott (Martin 1996:5).

#### *Egyesült Királyság 1999*

Moogan és társai szerint ma már tény, hogy az előzetes információk nagy szerepet játszanak a felsőoktatási döntési folyamatban (Moogan et. al. 1999). Az információs igény növekszik, hiszen nem csupán a diákok vágnak több és részletesebb információra, hanem a szülők is. Ezt mutatja az is, hogy *egyre többen kísérik el gyermekeiket nyílt napokra* (Moogan et. al. 1999:212). Moogan és társai egy felmérésben 19 olyan tanulót vizsgáltak hosszabb időn keresztül az Egyesült Királyságban, akik már jelentkeztek a felsőoktatásba. A vizsgálat első szakasza 1996 novemberében volt, amikor 4-5 fős csoportokban készítettek interjút az alanyokkal. A második szakaszban, 1996 decemberében, az alanyok nyílt napokra látogattak, amelyek után szintén csoportos interjúkon vettek részt. A harmadik lépés 1997 januárja és februárja között volt. Ekkor egy 15 oldalas kérdőívet töltöttek ki a diákok. Ebben a harmadik fázisban megkérdezésre került egy kontrollcsoport is, amely 46 olyan diák volt, aki részt vett a Northwestern University nyílt napján (Moogan et. al. 1999:216-217). Az adatok azt mutatják, hogy legtöbben – mindkét csoportból – *a középfokú intézmények tanárait* jelölték meg, mint olyan személyt, aki *bíztatta őket a továbbtanulásra*. Közel egyharmad nevezte meg a szülőket, harmadik helyen a személyes, belső motiváció végzett, míg kevesen (8-10%) említették meg a barátokat is (Moogan et. al. 1999:218). A másik nagy kérdéskör az

információszerzésre vonatkozott. A szájreklám nagyon fontos tényező, hiszen *a szülőket átlagosan 70%-ban, a barátokat pedig 37%-ban kérdezték meg a diákok (Moogan et. al. 1999:219)*. Számos olyan tényező létezhet, ami a továbbtanulásra motiválja a tanulókat. Az eredmények azt mutatják, hogy leginkább *jól fizető állást* szeretnének kapni a jövőben a diákok (25%), míg vannak, akik diplomát és szaktudást szeretnének *(Moogan et. al. 1999:219)*. A nyílt napok segítenek a diákoknak eldönteni, hogy mely egyetemek maradjanak versenyben a választásnál. A megkérdezettek 20%-a osztja ezt a véleményt, és ezzel *a nyílt napok lettek a második legnépszerűbb információforrás*. Ez az arány *a kontrollcsoportban 37%, amivel itt ez a legnépszerűbb megoldás*. Számos válaszadó hangsúlyozta, hogy a nyílt napok felbecsülhetetlenül fontosak az intézményválasztás előtt és után is *(Moogan et. al. 1999:220)*. Ezért ezeken az eseményeken a fő jellemzőket és tulajdonságokat kell kiemelni, és pozitív benyomást kell kelteni a potenciális hallgatókban. Mivel a *szülők* is egyre gyakrabban csatlakoznak gyermekeikhez a nyílt napokon, Moogan és társai szerint az ő igényeiket is érdemes figyelembe venni. Például szervezhetnek *kizárólag nekik szóló előadásokat és programokat*. A szerzők szerint egy másik jó ötlet a tanárok és karrier-tanácsadók meghívása a nyílt napokra, illetve olyan ajándéktárgyak szétosztása, amelyek tartalmazzák az intézmény nevét és logóját.

### **Ausztrália 2000**

Brewster és Jevons (2000) úgy nyilatkozik, hogy Ausztráliában minden nagyvárosi egyetem rendszeresen szervez nyílt napokat. Leírják, hogy a hatékonyság érdekében a szervezőknek jobban meg kell érteniük, hogy ezek az események milyen lehetőségeket biztosítanak, és a diákok mit keresnek az ilyen látogatások alkalmával. Egy kutatás keretében 95 *nyílt napos látogatóval* készített interjút Brewster és Jevons 2000-ben. A diákoktól megkérdezték, hogy *az eseményen szerzett tapasztalataik milyen hatással vannak a továbbtanulással kapcsolatos terveikre*. A pozitív csoportba a válaszadók 77%-a került, akik a látogatás után még inkább az adott intézményben szerették volna folytatni tanulmányaikat. A maradék 23% számára vagy negatív, vagy semleges hatással bírt a nyílt napos részvétel. Ezen csoport 28%-a ezt azzal magyarázta, hogy számukra túl korai lett volna megmondani az interjú időpontjában, hogy az eseményen szerzett tapasztalatok milyen irányban fogják befolyásolni a továbbtanulási döntésüket *(Brewster – Jevons 2000:139)*. A tanulmány azonban rámutat arra, hogy bár *a nyílt napok* fontos részei egy felsőoktatási intézmény marketingkommunikációjának, ezek *nem feltétlenül olyan fontos befolyásoló tényezők, mint*

*mondjuk az elhelyezkedési lehetőségek, a felszereltség vagy a kínált képzések. A diákok a nyílt napok alkalmával betekintést nyerhetnek az intézmény kultúrájába is. Így eldönthetik, hogy mennyire illenek bele ebbe a környezetbe, és hogy az mennyire felel meg az elvárásaiknak. A diákokat az is érdekli, hogy mivel tud másabbat és jobbat nyújtani számukra az adott intézmény, mint egy másik. Így az egyetemeknek és főiskoláknak ki kell emelniük a versenyelőnyeiket (Brewster – Jevons 2000:141).*

### **Portugália 2007**

*A továbbtanulási döntéssel kapcsolatban a 2006/2007-es tanévben elsős, nappali tagozatos hallgatók körében Mário Raposo és Helena Alves végeztek egy felmérést Portugáliában. Ebben arra keresték a választ, hogy melyek a legfontosabb tényezők az egyetem vagy főiskola kiválasztásánál. A minta 1024 személy válaszait tartalmazza. Az eredmények azt mutatják, hogy az otthon közelsége, a költségek, a szülők és a középiskolai tanárok ajánlásai nagyon fontos befolyással bírnak az egyetemválasztás folyamatában (Raposo – Alves 2007:16). Ezért ezek a tényezők akár értékelési kritériumként is megjelenhetnek a diákoknál a döntés során az alternatívák értékelési szakaszában. A kutatás azt is kimutatta, hogy a gazdasági szakos tanulók számára fontosabbak voltak a választás során a személyes faktorok (például földrajzi elhelyezkedés, tandíj, család közelsége), mint az orvostant hallgatóknak. Továbbá lényeges számukra az egyetem személyes meglátogatása, mivel döntésükben nagy szerepet játszanak az ilyen alkalmak során összegyűjtött előzetes információk (Raposo – Alves 2007:16).*

### **Dél-Afrika 2010**

*Jager és Plooy (2010) szerint a hatékony kommunikáció érdekében az intézményeknek fel kell térképezniük a célpiac igényeit, illetve azt, hogy milyen csatornákon keresztül lehet legjobban elérni őket. A növekvő verseny miatt a diákokat egyre több kereskedelmi üzenettel és ajánlattal bombázzák a felsőoktatási intézmények. Ezért az egyetemeknek és főiskoláknak nagyobb hangsúlyt kell fektetniük a megfelelő marketingkommunikációra, hogy magukhoz tudják vonzani a legjobb diákokat, és hogy pozitívan tudják befolyásolni továbbtanulási döntésüket (Jager – Plooy 2010:62). Jager és Plooy kutatásában 410 dél-afrikai, menedzsment szakos egyetemlistát kérdezett meg, és végül 390 választ kaptak vissza. A válaszadók különböző információs forrásokat értékelték abból a szempontból, hogy az mennyire segítette őket a továbbtanulási döntés meghozatalában. Elsőként az egyetemi honlapokat jelölték meg, míg második helyen a nyílt napok végeztek. Ezen források fontosságának tekintetében a nyílt napok szintén a 2. helyen végeztek, amit a szájreklám követ*

(Jager – Plooy 2010:65). Az eredmények azonban azt is mutatják, hogy *a diákok elvárásai és az eszközök tényleges teljesítménye között eltérés található* mind a honlapok, mind a nyílt napok tekintetében. Tehát az intézményeknek jobban oda kell figyelniük a potenciális diákok igényeire, és azok alapján változtatni az egyes marketingkommunikációs eszközök használatán és felépítésén (Jager – Plooy 2010:68).

### **Egyesült Királyság 2011**

Utolsóként az Opinion Panel által az Egyesült Királyságban végzett, 2008-ban kezdődő 4 éves kutatás eredményeit ismertetem (OpinionPanel 2011). Ebben összesen 47 415 diáktól kaptak értékelhető választ. Az eredmények alapján a nyílt napos részvételről az mondható el, hogy a jelentkezési lap leadása előtt a válaszadók 51%-a nem jelent meg ilyen eseményen, 22% egy, 13% kettő, míg 15% háromnál is több nyílt napon vett részt. *Az egy főre eső látogatott nyílt napok száma a jelentkezés előtt 0,9, míg azután 1 esemény/fő.* Nagyon fontos tényező a *nyílt napok hatékonysága* is. A válaszok azt mutatják, hogy a résztvevők 51%-ára volt pozitív hatással a nyílt nap, míg 15%-ra negatívan hatott. Ez azt jelenti, hogy több mint a válaszadók fele még jobban szeretett volna az adott felsőoktatási intézménybe jelentkezni, mint a nyílt nap előtt. Az adatok azt is mutatják, hogy 34%-ot nem befolyásolt semmilyen irányba sem a nyílt napos látogatás. A kutatók szerint a szülők nyílt napos jelenlétét érdemes figyelembe venni. Ugyanis, *ha egy diák tényleg szeretne egy felsőoktatási intézménybe járni, akkor 23%-ban viszi magával mindkét szülőt a nyílt napra.* Ez az arány akkor, ha nem komoly az érdeklődése, csupán 14%. *Az egyik szülő, komoly szándék esetén, 67%-ban kíséri el gyermekét ezekre az eseményekre.*

2. táblázat: Szekunder kutatási eredmények összefoglalása

| Kutatók          | Megkérdezés formája | Vizsgált területek                                                                                                                            |
|------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Opinion Panel    | Kérdőív             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nyílt napok fontossága és hatékonysága</li> <li>Szülők részvétele</li> </ul>                           |
| Moogan és társai | Kérdőív és interjú  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Továbbtanulásra motiváló tényezők</li> <li>Szülők segítsége</li> <li>Nyílt napok fontossága</li> </ul> |
| C. Martin        | Kérdőív             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nyílt napok látogatottsága</li> </ul>                                                                  |
| Jager - Plooy    | Kérdőív             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nyílt napok fontossága</li> </ul>                                                                      |
| Brewste - Jevons | Interjú             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nyílt napok fontossága és hatékonysága</li> </ul>                                                      |
| Raposo - Alves   | Kérdőív             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Döntést befolyásoló tényezők</li> </ul>                                                                |

Forrás: saját szerkesztés

Összességében a szekunder kutatási adatok alapján megállapítható, hogy a nyílt nap fontos információforrás a diákok és a szülők részére egyaránt. A továbbtanulási döntést számos tényező befolyásolja, amelyek között ugyan jelen van a vizsgált esemény is, általában mégsem az a legfontosabb a potenciális hallgatók számára. A nyílt napok ugyanakkor jó lehetőséget biztosítanak az intézmény kultúrájának és légkörének a megismerésére, valamint a személyes találkozásra is az oktatókkal és hallgatókkal. Hatékonyságuk mérése a szakirodalomban elsősorban a továbbtanulási döntésre tett pozitív befolyásolás százalékos arányának meghatározásával történik. A fent kifejtett kutatások által vizsgált fő területeket és az adatfelvételhez használt módszereket a 2. táblázat mutatja.

#### 4. Módszerek és minta

Ahogy a fent említett elemzések is igazolják, a nyílt napok nagyon fontos és közkedvelt eszközei a felsőoktatási intézmények beiskolázási marketingjének. Jelen kutatásban egy konkrét kar *beiskolázási nyílt napjait* vizsgálom. Az elemzés feltáró jellegű, melynek célja, hogy azonosítsa a fontosabb változókat és jellemzőket, amelyek alapul szolgálhatnak további kutatások számára. A vizsgált karon 5 éve kezdődött meg az ilyen eseményekre látogatók kérdőíves felmérése. A nyílt napok minden tanévben decemberben és januárban kerülnek megrendezésre. Mivel a kérdőívek a látogatók érkezése előtt kerülnek kiosztásra, így a pontos visszaérkezési arány nem állapítható meg, de az alábbiakban közöltek alapján kijelenthető, hogy jelentős részük kitölti és visszajuttatja őket. Az adatok rálátást nyújtanak a látogatók körére, illetve főbb jellemzőikre.

A kutatás a nyílt napok mellett a beiskolázásra került hallgatókra is kiterjed. A *2011/12-es tanévben elsős hallgatók* egy vonzerőkutatás keretében kerültek megkérdezésre. Vezetés és szervezés mesterszakos hallgatóként, a Kutatásmódszertan tárgy keretében vettem részt ebben az elemzésben. Itt először csoportos interjúk készültek a beiskolázott nappali tagozatos, alapképzésre járó hallgatókkal. Ezt követően egy közös kérdőív került kialakításra. Ez több esetben tartalmazott olyan kérdéseket, amelyek a beiskolázási nyílt napos kérdőívben is szerepelnek. Így lehetőség nyílik a két csoport összehasonlítására néhány témakörben.

A *2012/13-as tanévben* (saját kutatásom keretein belül) kezdődött el a beiskolázott elsős hallgatók kérdőíves felmérése a nyílt napokkal kapcsolatban. Ezáltal bővebb beiskolázási nyílt napokon válaszolók és a beiskolázott kitöltők közötti hasonlóságok és különbségek vizsgálatára. Emellett a két első évfolyamot is össze lehet vetni egymással néhány tekintetben. Továbbá ez a kérdőív már megteremti a nyílt napok hatékonyságának elemzési lehetőségét is.

Gyulavári és társai szerint a *kérdőíves kutatás előnye*, hogy a felvett adatok az egységes keret miatt könnyen összehasonlíthatóak (Gyulavári et. al. 2012:187). A vizsgált kar által a nyílt napokon használt kérdőívek az évek során kis mértékben változtak, tehát vannak olyan kérdések, amelyek minden évben megkérdezésre kerültek. Ez lehetőséget nyújt ezekben az esetekben idősoros elemzések elvégzésére és az időbeli változások feltárására is, valamint az elsősöktől kapott adatokkal való összevetésre is. A kérdőívek kitöltése minden esetben önkéntes volt.

Egy kérdőív állhat nyitott és/vagy zárt kérdésekből (Gyulavári et. al. 2012:193-194). A kar által alkalmazott kérdőívek ritkán tartalmaztak nyitott kérdéseket, tehát szinte minden esetben

megadásra került több válaszlehetőség is. Egyes kérdésekben egy, mások esetében több jelölés volt lehetséges.

Az elemzés során különböző *mérési skálák* kerülhetnek alkalmazásra. Jelen kutatásban főleg nominális és ordinális skálák szerepelnek. Az első fajta inkább az azonosításra szolgál, míg a másodikhoz bár lehet rendelni sorrendet, az mégsem alkalmas az elemek közötti különbségek meghatározására (Gyulavári et. al. 2012:171).

Az adatok feldolgozásához az *SPSS Statistics programot* alkalmaztam. A vizsgálat során egyváltozós elemzések közül az átlag, a szórás, az elemszám, a maximum és a minimum használata volt jellemző. Az egyes csoportok összehasonlítására *független mintás t-próbát* és *keresztábra-elemzést* vettem igénybe. Ez utóbbi segíti a változók közötti összefüggések vizsgálatát, amely során kiderül, hogy kapcsolatban vannak-e egymással (Gyulavári et. al. 2012:255).

A kérdőívek elkészítésénél lényeges szempont, hogy *minimalizáljuk a hibázás lehetőségét* (Gyulavári et.al. 2012:187). Bár a vizsgálatokhoz használt kérdőívek kialakításánál lényeges volt ennek az elvnek a szem előtt tartása, az adatok feldolgozása során mégis többféle *kitöltési hiba* merült fel. Egyes esetekben a rontott válaszok kimaradtak az elemzésből, míg máskor bizonyos korrekciók alkalmazásával benne maradtak. Több olyan kérdés is volt például az évek során, amelyben sorrendet kellett felállítani. Ezekben az esetekben kitöltési hibaként az jelentkezett, hogy néha egy rangszám többször is szerepelt, vagy egyesek kimaradtak. Ilyen eltérés észlelésekor a beírt adatok újra sorszámozásra kerültek a rangszámok átlaga alapján (például az 1 – 2 – 2 – 3 esetén az új adatok 1 – 2,5 – 2,5 – 4). Hasonló módon jártunk el azokban az esetekben is, ha a válaszadó több lehetőséget is bejelölt akkor, amikor csak egyet lehetett volna. Ilyenkor az egy egész érték került szétoztásra. Olyan esetek is voltak, amikor ötfokozatú skálán történő jelölésnél egy sorban több szám is meg lett jelölve. Az ilyen hibák kezelése a beírt számok átlagolásával történt. Ezeken kívül akadtak olyan kérdőívek is, amelyekben egymásnak ellentmondó válaszok kerültek megadásra ugyanattól a kitöltőtől. Az ilyen helyzetek kialakulásához a kérdések nem pontos feltétele is vezethet. Ezeknek a jelölésére az adatbázisban egy hiba oszlop került bevezetésre, amely utal az ellentmondásos válaszokra. Ezek az adatok általában részt vettek az elemzésekben. Ilyen hibát tapasztaltunk többek között a szakok rangsorolása esetén, amikor a kitöltők nem, vagy nem csak azt a képzési szinthez tartozó lehetőségeket sorszámozta be, amely iránt érdeklődik. Több esetben okozott gondot a nem egyértelmű jelölés is, például amikor a választ jelölő X két egymás

alatti lehetőség között van. Azokban az esetekben, amikor nem lehetett eldönteni, hogy mi volt a kitöltő szándéka, az adatok nem kerültek felvitelre az adattáblába.

A *kérdőívek technikai kialakítását* illetően szükség lehet a kérdések pontosabb megfogalmazására. Ezzel kiküszöbölhetőek lennének a félreértésből származó ellentétes válaszok, valamint a nem megfelelő jelölések is. A sortévesztés, illetve a nem egyértelmű jelölések problémájának megoldására szolgálhat, ha nagyobb felületet kap maga a kérdőív. A hibák kigyűjtésével jelen kutatás is hozzájárul a jövőbeli adatgyűjtések hibáinak csökkentéséhez.

A vizsgált időszakban a beiskolázási nyílt napokon kérdőívet kitöltők száma ingadozó, azonban összességében csökkenés látszik a tanévenkénti válaszadók számában. Az alábbi táblázat mutatja a kutatás alapját képező minták elemszámait.

3. táblázat: A vizsgált minták elemszámai

| <b>Időszak</b>                          | <b>Minta elemszáma</b> |
|-----------------------------------------|------------------------|
| 2008. december – nyílt nap              | 163                    |
| 2009. január – nyílt nap                | 83                     |
| 2009. december – nyílt nap              | 146                    |
| 2010. január – nyílt nap                | 118                    |
| 2010. december – nyílt nap              | 85                     |
| 2011. január – nyílt nap                | 123                    |
| 2011. december – nyílt nap              | 110                    |
| 2012. január nyílt nap                  | 86                     |
| 2012/13-as tanév – beiskolázott elsősök | 172                    |
| 2013/14-es tanév – beiskolázott elsősök | 172                    |

*Forrás: saját szerkesztés*

## 5. Primer kutatási eredmények

Ebben a fejezetben először a vizsgált nyílt napokra vonatkozó idősoros adatok kerülnek bemutatásra, néhol kitérve a két „legfrissebb” esemény tapasztalataira. Majd a beiskolázott hallgatókkal kapcsolatos eredmények ismertetése után összevetésre kerül a két vizsgált csoport: a nyílt napon kérdőívet kitöltők és az elsős válaszadók. A későbbiekben a dolgozat a „nyílt napok” kifejezéssel mindig a „beiskolázási nyílt napokra” utal. Az ábrák minden esetben csak a legfontosabb tényezőket szemléltetik, a további adatok a jelzett mellékletekben találhatóak.

### 5.1. A nyílt napok elemzése

A vizsgált kar a 2008/2009-es tanévben kezdte el a nyílt napokra látogatók kérdőíves felmérését. A kérdések ez idő alatt néhány esetben megváltoztak, többnyire azonban ugyanazok maradtak. Így lehetőség nyílik az időbeli változások feltárására is.

A demográfiai adatok összesítését a fenti táblázat mutatja. A tényezők idősoros változásának adatait az 1. számú melléklet 11. táblázata tartalmazza és a 2. ábra szemlélteti.

4. táblázat: A nyílt napos válaszadók demográfiai adatai (2008-2013)

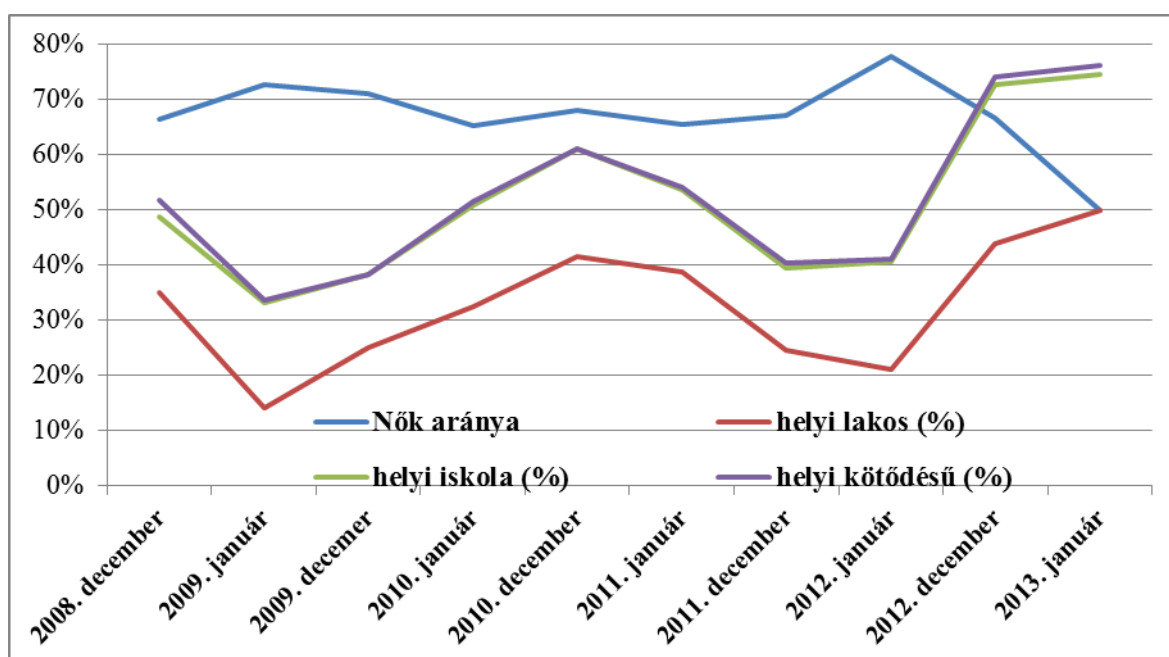
| Változó neve                              | N (db) | Érték    |
|-------------------------------------------|--------|----------|
| <i>nők aránya</i>                         | 1024   | 67,68%   |
| <i>életkor (tanév éve – születés éve)</i> | 1008   | 18,13 év |
| <i>helyi lakosok aránya</i>               | 998    | 31,76%   |
| <i>helyi iskolába járók aránya</i>        | 1022   | 49,02%   |
| <i>helyi kötődésűek aránya</i>            | 1009   | 50,05%   |

*N=elemszám*

A nemek megoszlásának változását illetően az mondható el, hogy a vizsgált időszakban inkább a női kitöltők voltak többségben, azonban arányuk jelentősen visszaesett a 2012/13-as tanévben. A legutolsó vizsgált nyílt napon már ugyanannyi nő és férfi válaszolt a kérdésekre.

Az *átlagéletkor* tekintetében nem látható nagyobb ingadozás, az mindig 18 év körüli érték (a szórás 2,17 év). A vizsgálat öt éve alatt ettől való eltérés 4 alkalommal jelentkezett. Ezekben az esetekben 30-40 évesek töltötték ki a kérdőívet. Ez az eredmény is alátámasztja, hogy a vizsgált kar által szervezett beiskolázási nyílt napokat leginkább a középiskolás réteg látogatja.

2. ábra: Demográfiai adatok idősoros alakulása (2008-2013 nyílt napok)  $N=1024$

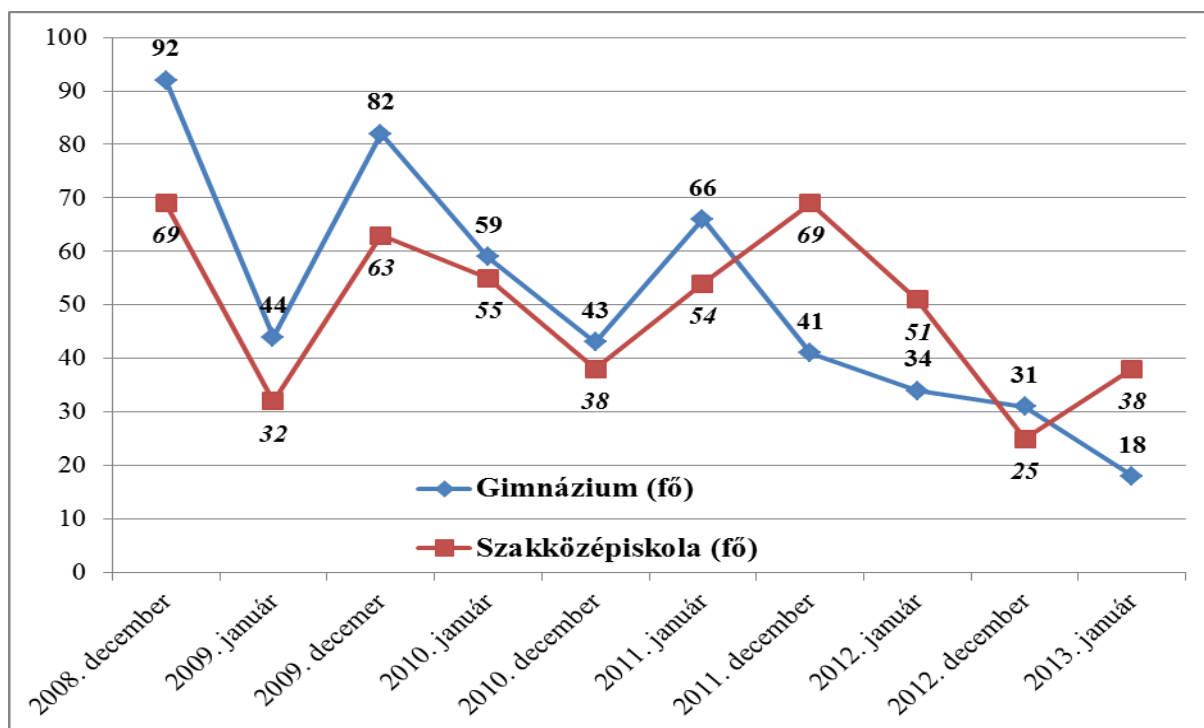


Ahogy az a minták elemszámából (3. táblázat) is látszik, a nyílt napokon kérdőívet kitöltők száma egyre csökken. Ezzel együtt a *helyi lakosok* aránya jelentősen megnőtt a 2012/13-as tanévben. Ez arra utal, hogy a vidéki válaszadók száma nagyobb mértékben esik vissza, mint a helyieké. Ez kapcsolatban állhat az utazási költségekkel is, ami problémát vethet fel a jövőbeli nyílt napokkal kapcsolatban, hiszen így sokkal nehezebb elérni ezzel a módszerrel a nem helyi lakos diákokat. Érdekes megoldás lehet az utazási költségek miatt elmaradó látogatók elérésére a virtuális nyílt nap, amelyet több egyetem is alkalmaz. Egy külföldi példa lehet erre a Glyndŵr University (*Glyndŵr University honlapja, 2013*), ahol különböző videókat tekinthetnek meg az oldalra látogatók. Ezek között vannak körtúrák és interjúk is az oktatókkal és kutatókkal. Hazai példa lehet az Óbudai Egyetem Neumann János Informatikai Kara (*Galamb 2012*). A virtuális nyílt nap alapötletét az adta számukra, hogy úgy érezték, többen érdeklődnek a kar iránt, mint ahányan részt tudnak venni egy hagyományos nyílt napon. Ezért úgy gondolták, hogy internetes felületen is lehetővé teszik az interaktív beszélgetést és a kérdések feltételét a különböző közvetítések lejátszása mellett.

A *helyi iskolából* érkező kitöltők aránya ingadozó a vizsgált időszakban, azonban jelentősen megnőtt a 2012/13-as tanévben. A *helyi kötődésűek* (vagy helyi lakos és/vagy helyi iskola diákja) válaszadók megoszlása közel azonosan mozog a helyi lakosok arányának alakulásával, vagyis jelentősen megemelkedett a 2012/13-as tanévben. Az utolsó vizsgált alkalommal már meghaladták a válaszadók háromnegyedét.

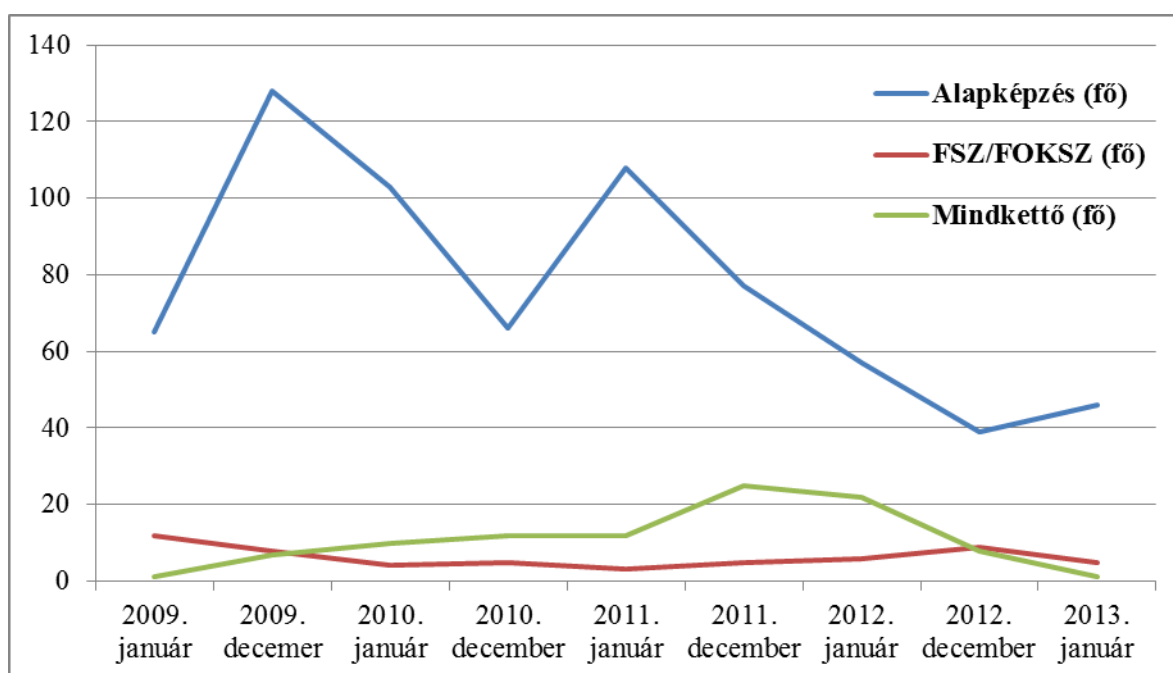
Az *oktatási intézmény típusára* vonatkozó idősoros adatokat tekintve elmondható (1. számú melléklet 12. táblázat), hogy a gimnazisták és a szakközépiskolások száma a 2011. januári nyílt napig azonos irányban mozgott (csökkent). Ezt követően nem csupán a kitöltők számában, hanem az arányokat tekintve is fölénybe kerültek a szakközépiskolából érkező válaszadók (kivéve 2012. decemberben).

3. ábra: Gimnazisták és szakközépiskolai diákok száma (2008-2013 nyílt napok) N=1024



A *képzési forma iránti érdeklődést* illető kérdés 2009 januárjában került be a kérdőívbe, tehát ez esetben ez az idősoros adatok kiindulópontja (4. ábra). Ahogy az alábbi ábra mutatja, minden nyílt napon az alapképzés érdekli a legtöbb látogatót, azonban ennek előnye csökkenésnek indult 2011 januárjában. A 2010. január és 2012. január közötti időszakban többen voltak azok a kitöltők, akik mindkét féle képzésre (alap- és felsőfokú/felsőoktatási szakképzés) lehetségesnek tartották a jelentkezésüket, mint azok, akik felsőfokú szakképzés iránt érdeklődnek. A legutolsó adatfelvételkor kicsit nőtt az alapképzésre, és kis mértékben visszaesett a felsőoktatási szakképzésre, vagy mindkettőre jelentkezni kívánók száma (az adatok az 1. számú melléklet 13. táblázatában találhatóak).

4. ábra: A képzési forma iránti érdeklődés (2009-2013 nyílt napok) N=1024



A kérdőívben képzési szintek mellett a szakok is megnevezésre kerültek. A válaszadók feladata az volt, hogy *rangsorolják* a felsorolt lehetőségeket. Ez alapján 1-es szám került ahhoz a szakhoz, amelyre elsősorban terveztek jelentkezni a kitöltők. A rangszámok mellett fontos maga az a tény is, hogy kapott-e az adott szak valamilyen sorszámot. Ha a válaszadó egy bizonyos lehetőséget nem rangsorolt, az azt jelentette, hogy nem kíván arra a szakra jelentkezni. Minden válaszlehetőség esetében az elemszám egyenlő lesz a jelölések számával. Ami az átlagos pontszámot illeti, az a szak szerepel a legjobban, amelynél a rangszámok átlaga a legalacsonyabb.

Az évek során a felsőfokú szakképzést a felsőoktatási szakképzés váltotta fel. Az előbbieik közül a pénzügyi szakügyintéző (FSZ PSZ) és számviteli szakügyintéző (FSZ SZSZ) vett részt a vizsgálatban (1. számú melléklet 14. táblázat). Az adatokból kitűnik, hogy a legnépszerűbb a nappali tagozatos gazdálkodási és menedzsment (GM) alapszak volt, míg második helyen a szintén nappali nemzetközi gazdálkodás (NG) áll. A levelező tagozatok az évek során egyre gyengébben teljesítenek a vonzott látogatók számát tekintve. A felsőfokú szakképzések átlagos rangszáma pedig ezzel ellentétben fokozatosan javult. Ez az eredmény a jelölések számát és az átlagos rangszámot illetően egyaránt megmutatkozik. A felsőoktatási szakképzési szakok a középmezőnyben végeztek, ami arra is visszavezethető, hogy bár jóval kevesebben vannak a mintában olyanok, akik ilyen irányú tanulmányokat szeretnének folytatni, számukra egyértelműen ezek a szakok fognak előrébb állni a rangsorban.

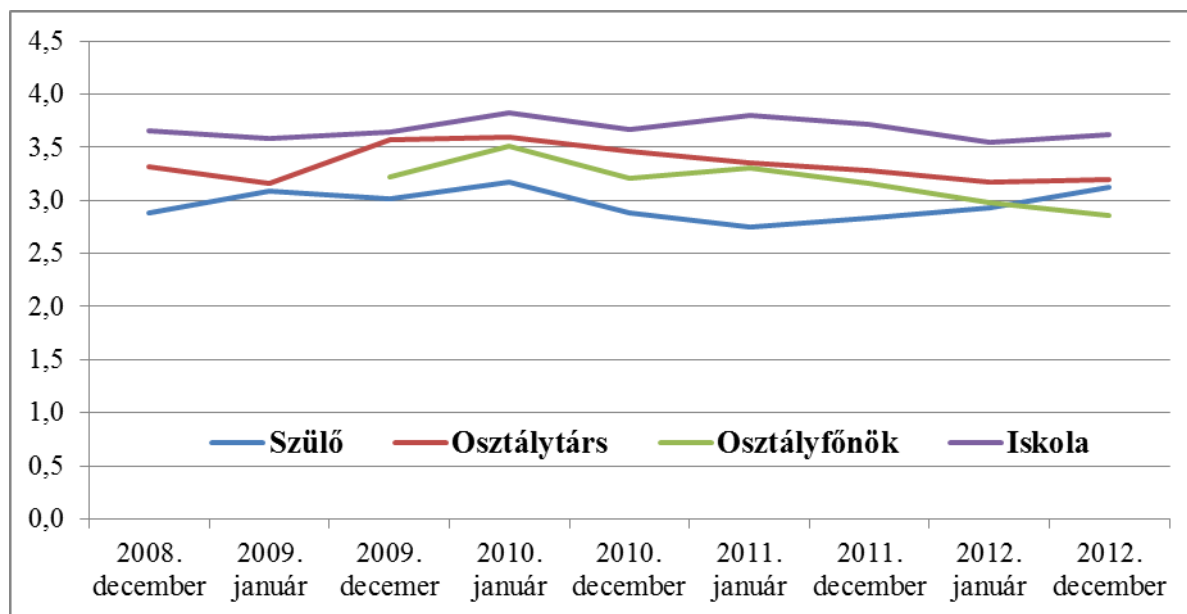
A válaszadók a kérdőív kitöltése során azt is megjelölték, hogy milyen *más felsőoktatási intézményekbe* szándékoznak jelentkezni a felvételi során (1. számú melléklet 15. táblázat). Az elemzés öt éve alatt fokozatosan csökkent azok száma, akik megneveztek másik intézményt vagy szakot, ami – figyelembe véve a látogatószám visszaszorulását – azt jelentheti, hogy a nyílt napról elmaradtak az „ingadozó” résztvevők. Folyamatos visszaesés látszik 2011. január és 2012. december között, míg 2013 januárjában, a legutóbbi vizsgált adatfelvételen kis növekedés látszik, amely a második intézmény és szak esetében a legnagyobb.

A 2012/13-as tanévben szervezett nyílt napokon először került megkérdezésre, hogy a válaszadók *kikkel érkeztek* az eseményre (1. számú melléklet 16. táblázat). Mindkét nyílt napon a többség a barátait jelölte meg, legkevesebben azok voltak, akik egyedül jöttek. 2012. decemberben 6 válaszadó érkezett szülővel, egy fő pedig mellettük még barátokkal is. Míg 2013 januárjában már csak 3 válaszadóval jött el valamelyik szülője. A vizsgált kar a nyílt napokkal azonos napon, az esti órákban szervezett tájékoztatót a szülők számára. Ezen események látogatottsága nem volt jelentős, amiben az is közre játszhat, hogy vannak, akik inkább gyermekeikkel a nyílt napra látogattak el. Az *Opinion Panel* 2011-ben, az Egyesült Királyságban végzett kutatásainak eredményei azt mutatták, hogy a szülői részvétel jó előjele lehet a potenciális jelentkező intézmény iránti elkötelezettségének. Azonban ezt jelen elemzés nem támasztja alá.

2012 decemberéig a válaszadók egy ötfokozatú skálán értékelték, hogy mennyire tartják környezetük egyes szereplőit *tájékozottnak* a karral kapcsolatban. Az adatokat 1. számú melléklet 17. táblázata mellett az 5. ábra is mutatja. Ebből áthatjuk, hogy minden hónapban a legtájékozottabbnak a saját oktatási intézményüket tartják, ettől csak kis mértékben maradnak el az osztálytársak. Az osztályfőnök több nyílt napon keresztül a középmezőnyben szerepelt, azonban 2011 januárja óta fokozatosan csökken a válaszadók által észlelt tájékozottsága, ugyanettől az időponttól fogva viszont növekszik a szülőké. 2012 decemberére kicsit meredekebb növekedés látszik, ami összefüggésben lehet a tandíj bevezetésével, aminek következtében talán a szülők is jobban tájékozódnak a továbbtanulási lehetőségekről. 2013 januárjában a kérdés módosult, és már arra irányult, hogy milyen mértékben tudtak *segíteni* a szülők, osztálytársak, tanárok és az iskola, valamint az osztályfőnök az intézményválasztás során. 2012 decemberében a válaszadók az iskolájukat tartották a leginkább tájékozottnak a karral kapcsolatban, azonban a 2013. januári válaszadóknak mégis egyértelműen a szülők

nyújtották a legnagyobb segítséget az intézményválasztásnál. Az adatok azt mutatják, hogy annak ellenére, hogy a szülőket kevésbé tartják tájékozottnak a kitöltők, mégis jobban támaszkodnak segítségükre az intézményválasztásnál. Elmondható az is, hogy a nem helyi lakos kitöltők tájékozottabbnak tartják a karról a szüleiket a karról, mint a helyiek (2. számú melléklet 37. táblázat). Érdekes tényező, hogy a nők mind a négy felsorolt személyt/csoportot tájékozottabbnak tartják, mint a férfiak (2. számú melléklet 39. táblázat).

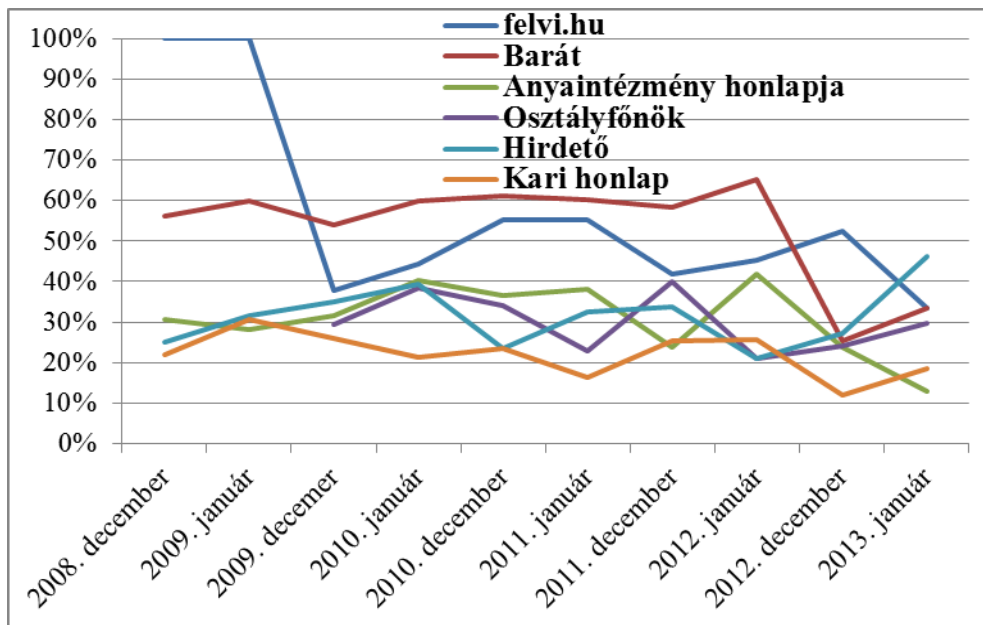
5. ábra: A tájékozottság változása (2008-2012 nyílt napok) N=1024



Számos olyan forrás létezik, amely a felvételi előtt álló diákokat tájékoztatja a felsőoktatási intézmények által szervezett nyílt napokról. A kérdőívekben a felsorolásra kerültek közül a válaszadók kiválasztották azokat, amelyeket igénybe vették a *nyílt napokról történő tájékozódás* során. Ezek kis mértékben változtak az évek során (1. számú melléklet 18. táblázat). Az adatok alapján az eszközök két csoportját lehet elkülöníteni: amelyek népszerűek, és amelyek kevésbé. Az első csoporthoz tartozó forrásokat a 6. ábra szemlélteti. Láthatjuk, hogy legjelentősebben a felvi.hu oldal esett vissza, az utolsó két adatfelvételnél pedig a barátok. Az utolsó két adatfelvételnél jelentős növekedés látszik az iskolai hirdetőtáblák esetében, a legnagyobb visszaesés pedig az anyaintézmény honlapja tekintetében mutatkozik. A többi tényező a kevésbé népszerűek közé tartozik, hiszen egyik sem érte el egyik adatfelvételkor sem a 20%-ot. Legrosszabbul az írott anyagok (egyetemi újság, helyi napilap) mellett a hallgatói szolgáltató központ honlapja teljesített. A 2012/13-as tanévben kerültek új források a felsorolt lehetőségek közé. Ezek közül a helyi buszokon elhelyezett plakátok értek el kimagasló eredményt: decemberben 8 és januárban 9 jelölést.

A Facebookot mindkét nyílt napon két ember jelölte be, míg a helyi villamosok hirdetőin (ami csak 2013. januárban került bele a kérdőívbe) csupán 2 diák szerzett információt a nyílt napokról.

6. ábra: Nyílt napokról történő tájékozódás változása (2008-2013 nyílt napok) N=1024

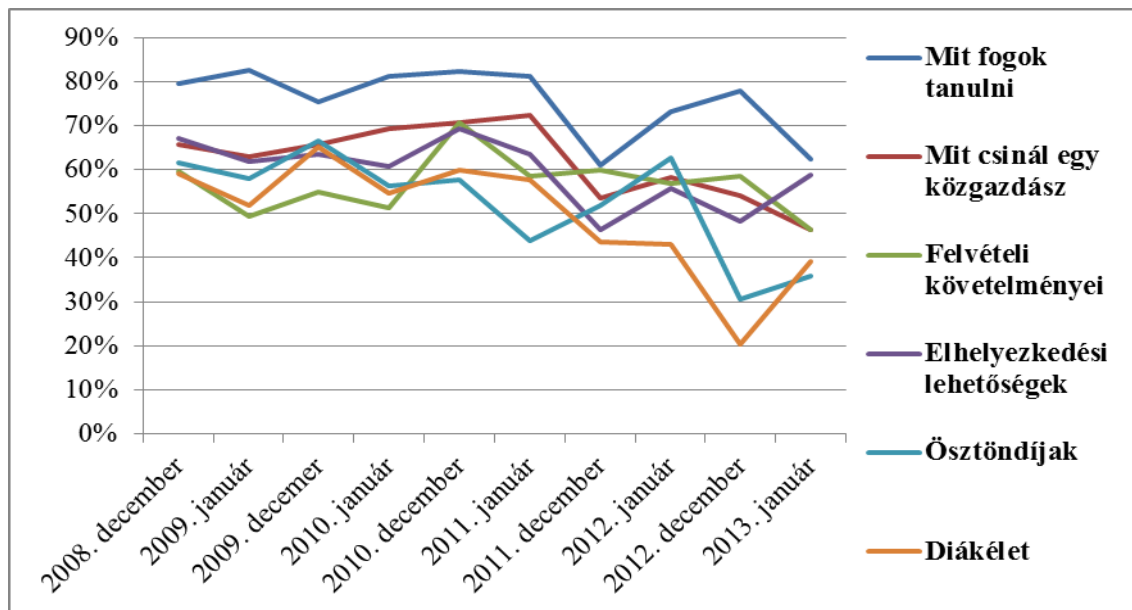


A nyílt napok struktúrájának kialakításánál érdemes figyelembe venni, hogy a diákok *miről* is *szeretnének hallani* egy ilyen eseményen. A kérdőívekben több téma került felsorolásra, amelyből a kitöltők kiválasztották azokat, amelyek iránt érdeklődnek, és nyílt napos keretek között szívesen hallanának is róla (1. számú melléklet 19. táblázat).

A válaszok tükrében itt már három szintet is el lehet különíteni. Az elsőhöz tartoznak azok, amelyek 1-2 kivétellel minden adatfelvételkor 50% felett teljesítettek (7. ábra). Bár ehhez a csoporthoz tartozik a diákélet és az ösztöndíj is, esetükben nagy ingadozások láthatóak, viszont az utolsó adatfelvételkor növekedést mutattak.

A következő szintet a középmezőny alkotja. Az ide tartozó témák iránti érdeklődés szinte mindig 60% és 25% közé esik. Ezek között első helyen a diákmunka áll, ami párszor 50%-ot meghaladó eredményt ért el, azonban ez produkálta a legnagyobb visszaesést a 2012/13-as tanévben. Az évek során nőtt azon kitöltők aránya, akik szeretnének a nyílt napon a felvételi eljárás szabályairól hallani, ami a sűrű változások miatt érthető is. Szintén nőtt a diploma megszerzésének követelményei és a továbbtanulási lehetőségek iránti érdeklődés. A vizsgálat alatt azonban veszített népszerűségéből a szakmai gyakorlat, az idegen-nyelv tanulási lehetőség és a külföldi ösztöndíj lehetőségek is, mint nyílt napos témák.

7. ábra: A legnépszerűbb nyílt napos témák iránti érdeklődés változása (2008-2013 nyílt napok) N=1024



Az utolsó csoportba azok tartoznak, amelyek általában még a 25%-ot sem érik el. Közülük a hallgatói szervezetek és a kutatási lehetőségek állnak stabilan az utolsó helyen. A kollégiumi elhelyezési lehetőségek és a diploma megszerzésének költségei tartoznak még ehhez a csoporthoz. Bár nem népszerűek, mindegyik témáról elmondható, hogy az utolsó adatfelvételen nőtt azok aránya, akik ezekről hallottak volna szívesen a nyílt napon.

A kérdőív tartalmazott bizonyos állításokat, amelyekről a válaszadóknak azt kellett eldönteni, hogy rájuk nézve igazak-e vagy hamisak. Ezen állítások első köre azt hivatott feltárni, hogy mennyire *elkötelezett* a kitöltő a gazdasági tanulmányok, a kar, illetve a nyílt napok iránt. A vizsgált évek alatt ennek mértéke változást mutat. Az erre vonatkozó adatokat az 1. számú melléklet 20. táblázata tartalmazza. Tartósan első helyen áll, és növekvő tendenciát is mutat azok aránya, akik akkor is ellátogattak volna a nyílt napra, hanem kapnak igazolást a részvételről. Második helyen azok állnak, akik biztosak abban, hogy megjelölik a vizsgált kart a jelentkezési lapon. Bár arányuk magasabb volt az utolsó adatfelvételkor, mint az elsőt, 2013 januárjában csökkenésnek indult. Egyértelműen növekszik azon kitöltők aránya, kik rendelkeznek gazdasági előismeretekkel. Ingadozik viszont azoké, akik biztosan első helyen jelölik meg a kart. Erősen változik a vizsgált nyílt napok alatt azok aránya, akik már döntöttek a jelentkezésről az adatfelvételkor. Jelentős csökkenés mutatkozott 2012 decemberében, majd 2013. januárban már kis növekedés látszik.

A kar számára fontos lehet azon csoportok főbb jellemzőinek az azonosítása, akik a kart biztosan, vagy biztosan első helyen jelölik meg, saját bevallásuk szerint. Az alábbi felsorolás mutatja azokat a szignifikáns különbségeket, amelyek fenti két állítás esetén tapasztalt pozitív és negatív csapat között található. A pozitív és negatív csoport közötti különbséget független mintás *t*-próba támasztja alá. A jelölések a következőket jelentik: \* - az eredmény 10%-on szignifikáns, \*\* - az eredmény 5%-on szignifikáns, \*\*\* - az eredmény 1%-on szignifikáns.

Akik biztos, hogy jelölik a kart a jelentkezési lapon (a statisztikai adatok a 2. számú melléklet 35. táblázatában találhatóak):

- tájékozottabbnak tartják szüleiket a karról\*\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz tájékoztatófüzetből\*\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz plakátokról\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz roadshow alkalmával\*\*\*
- kevésbé szeretnék továbbtanulási információhoz jutni hirdetésekben\*\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz kari nyílt nap alkalmával\*\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz országos kiállításon\*\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz interneten keresztül\*\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz CD-ről vagy DVD-ről\*\*

Akik biztos, hogy első helyen jelölik a kart (a statisztikai adatok a 2. számú melléklet 36. táblázatában találhatóak):

- tájékozottabbnak tartják szüleiket a karról\*\*\*
- kevésbé tartják tájékozottnak osztálytársaikat a karról\*\*
- szívesebben tanulnának tovább a diploma megszerzése után felsőoktatási vagy felsőfokú szakképzésen\*\*
- kevésbé tervezik, hogy külföldre mennek a diploma megszerzése után\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz tájékoztatófüzetből\*\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz roadshow alkalmával\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz hirdetésekben\*\*

- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz kari nyílt nap alkalmával\*\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz országos kiállításon\*\*\*
- szívesen jutnának továbbtanulási információhoz interneten keresztül\*\*\*

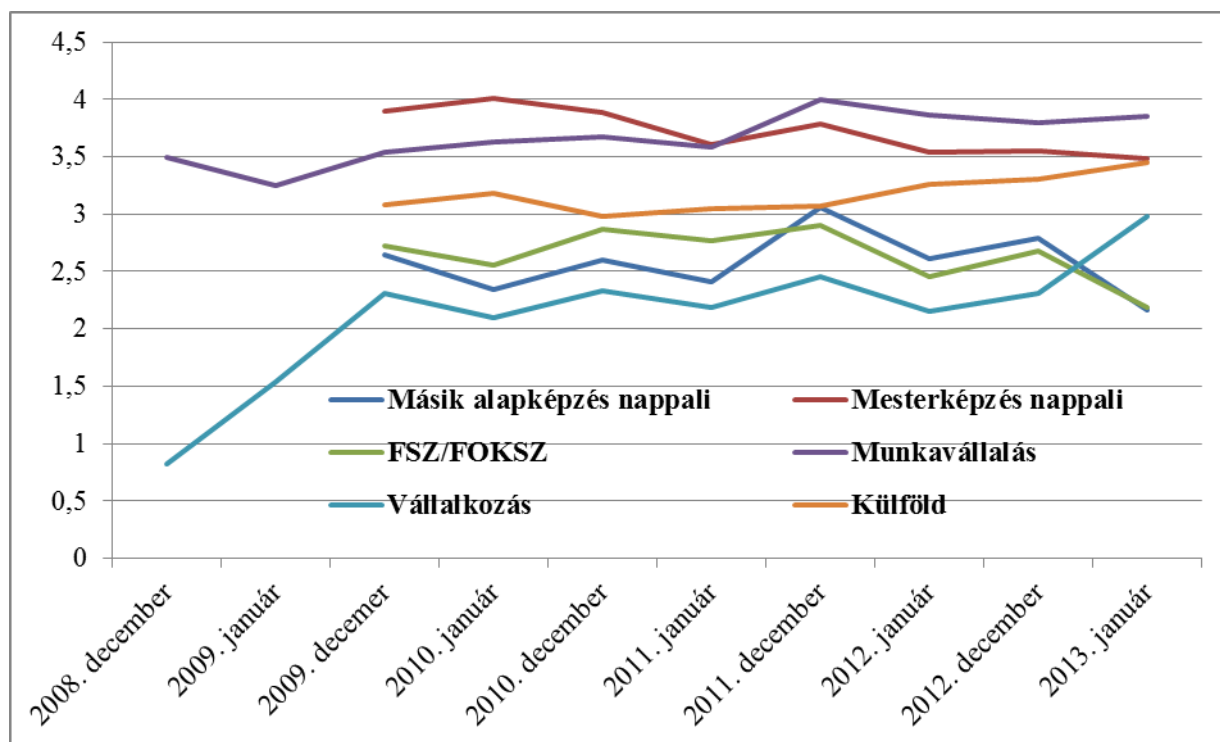
A nyílt napokon túl a vizsgált kar rendszeresen szervez egyéb rendezvényeket is. Az állításokat tartalmazó kérdésblokk második fele a kar *szakmai és tudományos élete* iránti érdeklődést méri fel, illetve azt, hogy a vizsgált kar által végrehajtott *marketing akciókkal* (tájékoztatók) találkoztak-e a kitöltők. A felsorolt lehetőségek közül az évek során tartósan a tájékoztatók szerepelnek a leggyengébben, hiszen kevés olyan válaszadó van, akinek az iskolájában lett volna ilyen kiszervezett tájékoztató előadás a kar valamely oktatójának részvételével (1. számú melléklet 21. táblázat). 2012. januárig azok voltak a legtöbben, akik szerettek volna ilyen tájékoztatót az oktatási intézményükben. Arányuk jelentősen csökkent 2012 decemberében, viszont 2013. januárban ismét növekedésnek indult. A második helyen egymást váltva helyezkednek el azok, akik szeretnének részt venni óralátogatáson, és akik szeretnének szakmai órát az iskolájukban. Ez az eredmény is azt támasztja alá, hogy a válaszadók érdeklődnek a jövőbeli tanulmányaik iránt, hiszen támogatnák a szakmai órák tartását. Valamint megerősíti azt a korábbi megállapítást is, miszerint a diákok számára fontos a személyes találkozás a felsőoktatási intézmény tagjaival. A 2012/13-as tanévben azok voltak a legtöbben, akik szívesen vennének részt a kar által szervezett szakmai és tudományos rendezvényeken. Arányuk a vizsgált évek alatt nagyon ingadozó, két mélypontja 2009. és 2012. január. Azok vannak a legkevesebben ebben a csoportban, akik állításuk szerint már korábban is részt vettek volna a kar rendezvényein, ha értesültek volna róluk. Az adatok itt is nagymértékű változékonyságot mutatnak, hiszen az utolsó két adatfelvétel eredményei között 14% különbség van.

A *továbbtanulással kapcsolatos információforrások* használatát illetően külön kérdés vonatkozott a kérdőívekben az *internetes oldalakra*. A vizsgált évek során a felvi.hu vezet minden adatfelvétel esetében, ahogy az 1. számú melléklet 22. táblázata is mutatja. Ettől a második helyen álló anyaintézményi honlap is jelentős mértékben le van maradva. A harmadik az okm.gov.hu, amely esetében az első adatfelvételkor minden válaszadó bejelölte annak használatát. Ez az adat azért nem tekinthető lényegesnek, mivel ez csupán 2 kitöltő szokását tükrözi. A vizsgált kar honlapjának használata hullámzó teljesítményt nyújt:

2011. január után folyamatosan csökkent, viszont 2013 januárjában ismét növekedésnek indult. A leggyengébben a *fisz.hu* és a hallgatói szolgáltató központ honlapja szerepelnek. Mindegyikre igaz, hogy 2009 januárja után 30-35%-kal estek vissza, és 2010. december után már alacsony szinten is maradnak.

A nyílt napokon kérdőívet kitöltők arra is válaszoltak, hogy hogyan képzelik el az *alapidiploma megszerzése utáni* időszakot. Egy ötfokozatú skálán értékelték a felsorolt lehetőségeket. Az 1-es azt jelentette, hogy egyáltalán nem tartják azt az opciót lehetségesnek, az 5 pedig azt, hogy nagyon valószínűnek tartja, hogy olyan módon folytatja majd az életét az alapképzés befejezése után (1. számú melléklet 23. táblázat). Ezzel a leendő hallgatók tudatosságát és céljait kívánta feltérképezni a vizsgálat. A vizsgált időszakban tartósan a levelező tagozatos továbbtanulási lehetőségek szerepeltek az utolsó helyen. A többi tervre vonatkozó adatokat a 8. ábra szemlélteti. Láthatjuk, hogy 2011. januárig a nappali tagozatos mesterképzést tartották a legvalószínűbbnek a válaszadók, ezt követően már a munkavállalást. Tartósan harmadik a külföldre utazás lehetősége. Az évek alatt jelentősen megnőtt annak a valószínűsége, hogy a válaszadók családi vagy saját vállalkozásban dolgozzanak az alapképzés után. 2011 decemberét követően fokozatosan esik vissza a felsőoktatási vagy felsőfokú szakképzés, valamint egy másik alapszak nappali tagozatos elvégzésének esélye.

8. ábra: Diplomázás utáni tervek változása (2008-2013 nyílt napok) N=1024



A januári válaszadók valószínűbbnek tartották azt, hogy alapképzésen, illetve felsőfokú vagy felsőoktatási szakképzésen folytatják tanulmányaikat a diploma megszerzése után, mint decemberben válaszoló társaik. Ezzel szemben az év végén válaszolók nagyobb esélyt láttak arra, hogy vállalkozásban dolgozzanak az alapidiploma kézhezvétele után (2. számú melléklet 37. táblázat). Ez utóbbit a férfiak és a helyi lakosok is valószínűbbnek látják, mint a nők vagy a nem helyiek (2. számú melléklet 38. és 39. táblázat).

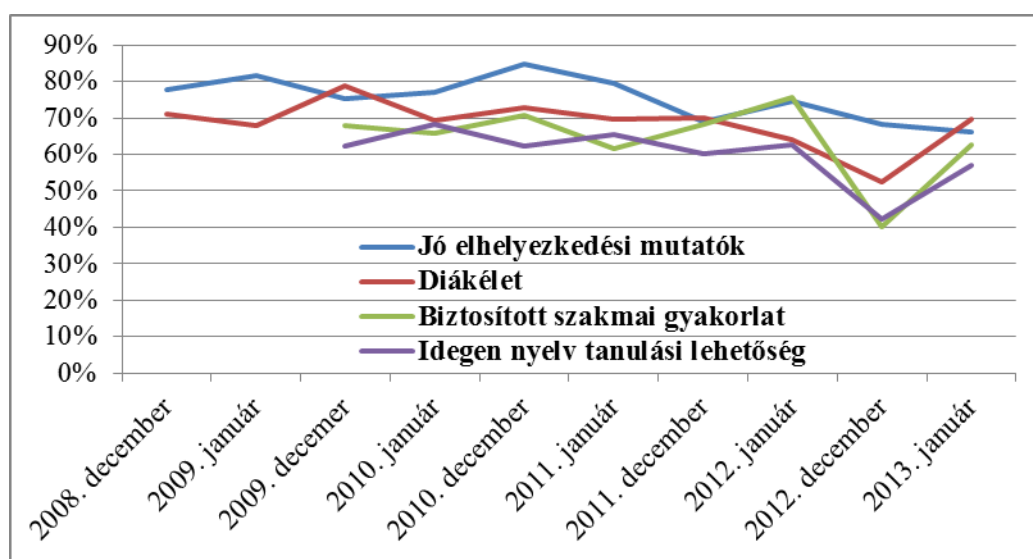
A weboldalakon túl egy másik kérdés keretében többféle forrás került megjelölésre, amelyeket a válaszadók szintén ötfokozatú skálán értékelték aszerint, hogy a *továbbtanulással kapcsolatos, újabb információk szerzésére* mennyire vennék őket igénybe. Ezekre vonatkozóan az idősoros adatok alapján is az mondható el, hogy a válaszadók nem vetették el egyértelműen egyik lehetőséget sem (1. számú melléklet 24. táblázat). A legkevésbé népszerű az évek alatt a hirdetés, valamint a CD és DVD volt. Első helyen a kari nyílt nap áll, míg a második a kari vagy egyetemi honlap a vizsgált időszakban. Harmadik helyen a tájékoztató füzet szerepelt, azonban a 2012/13-as tanévben lecsökkent népszerűségük. Az utolsó vizsgált tanévben csak az iskolai tájékoztatók átlagpontszáma mutatott emelkedést. 2012 januárja után meredekebb csökkenés látszik a közösségi oldalak és a plakátok esetében is.

Az egyes források használati hajlandósága több szempontból vizsgálva is eltérhet a különböző csoportok (nő vagy férfi, helyi vagy nem helyi lakos válaszadó) között. A legszembevetőbb különbségek a következők (az ezekre vonatkozó *t*-próba elemzési adatokat a 2. számú melléklet 38. és 39. táblázata tartalmazza):

- a nem helyi lakosok szívesebben jutnának további információhoz hirdetésekben vagy interneten keresztül,
- a nők szívesebben jutnának további információhoz tájékoztatófüzetből, hirdetésekben, broszúrákból, interneten keresztül, vagy kari nyílt napok alkalmával.

A felsőoktatási intézmények között egyre erősödik a verseny, ezért lényeges azonosítani azokat a jellemzőket, amely *vonzóak* a potenciális jelentkezők számára. Ezekben a tényezőkben is tapasztalható változás az idősoros adatok alapján (1. számú melléklet 25. táblázat).

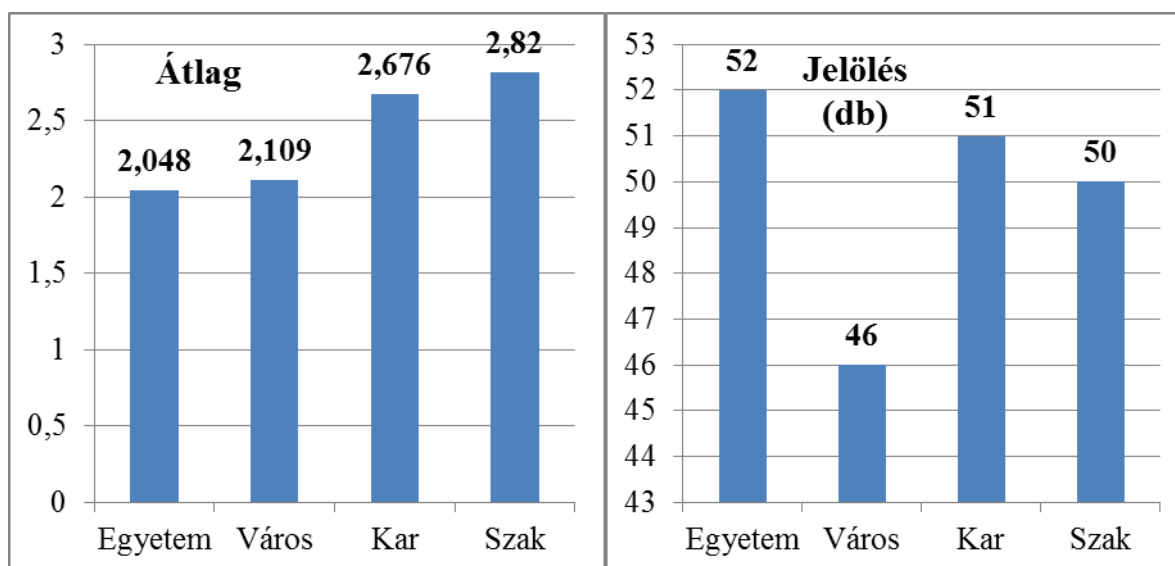
9. ábra: Intézményi vonzerőt meghatározó tényezők (2008-2013 nyílt napok) N=1024



A legnépszerűbbek közé tartozó négy tényező időbeli változását szemlélteti a 9. ábra. A többi jellemzőhöz minden évben 20% és 70% közötti érték tartozik. 2011 januárjáig ebben a csoportban az erős képzés állt az élen, majd nagy ingadozásokat követően az utolsó adatfelvételnél visszatért az első helyre. Az első és az utolsó adatfelvétel között a híres anyaintézmény esetében van a legnagyobb eltérés (45%-ról 26%-ra esett), de jelentős még a magas színvonalú technikai felszereltség és a rangsorban elfoglalt hely esetében is. Ez utóbbi kettőnél 14%-os visszaesés tapasztalható. A vállalati szakemberek, mint az oktatók jelenlétéhez tartozó érték az utolsó vizsgált tanévben növekedésnek indult. A csoporthoz tartozó többi tényezőről az mondható el, hogy 2012 decemberében csökkenés, majd 2013. januárban növekedés látszik. A visszaesés a külföldi oktatók esetében a kevésbé meredek. Az utolsó adatfelvételnél rajtuk kívül a színes szakmai élet vonzósága növekedett a legjobban. A tudományos eredményekhez tartozó érték folyamatosan csökken 2010 decembere óta, és a 2013. januári növekedés ellenére sem érte el a 30%-ot.

Volt két olyan kérdés is, amelyekre vonatkozóan nem állnak rendelkezésre idősoros adatok, mivel azok csak a két utolsó vizsgált nyílt napon kerültek megkérdezésre. 2012 decemberében a kérdőív tartalmazott egy kérdést arra vonatkozóan, hogy a felsorolt szempontokat (*egyetem, kar, szak, város*) milyen sorrendben veszik figyelembe a kitöltők a továbbtanulási döntés során. Mivel rangsorolásról van szó, az a tényező végzett a legjobb helyen, amelynél az átlagos rangszám a legalacsonyabb (az adatok az 1. számú melléklet 26. táblázatában találhatóak).

10-11. ábra: Egyetem, kar, szak, város, 2012. decemberi nyílt nap, N=56



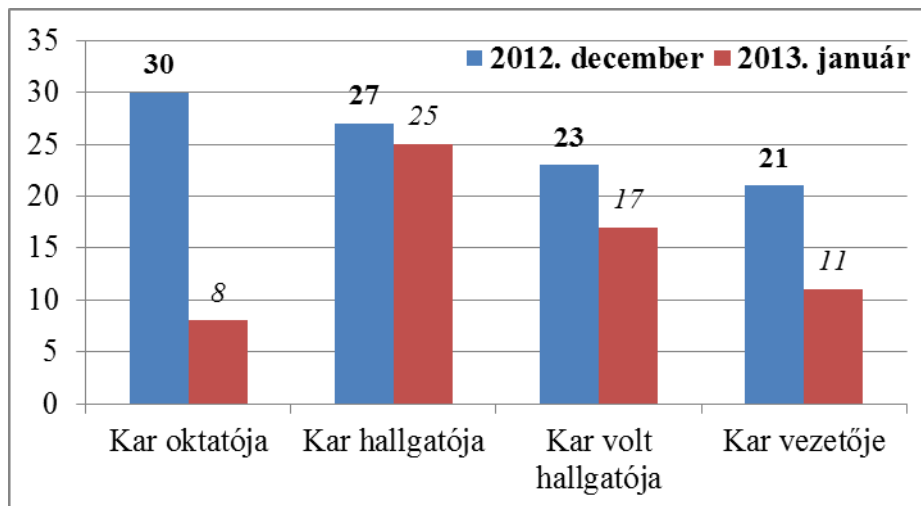
Azokat az elemeket, amelyek a döntésnél nem játszanak szerepet, nem jelölték meg a válaszadók. Ezért az egyes tényezők fontosságát az is jelzi, hogy hány jelölést kapott. Általában a válaszadók először egyetemet választanak, majd pedig várost. Ez a két lehetőség átlagos rangszámában nagyon közel van egymáshoz. Ugyanez mondható el a karról és szakról is, amelyek kis törés után követik az első kettőt. Az eredmény egy kicsit meglepő, hiszen a konkrét tanulmányokra az utolsó két helyen végzett kar és szak utal. Így a kitöltők által felállított sorrend alapján az mondható el, hogy a válaszadóknak valamivel fontosabb, hogy melyik egyetemen és hol tanulnak, mint az, hogy mit. A jelölések számát illetően az mondható el, hogy legtöbbször az egyetemet látták el valamilyen sorszámmal. A város az utolsó helyen szerepel, ami azt mutatja, hogy bár ez kevesebbeknek lényeges szempont, számukra mégis nagyon fontos.

A nyílt napok, a rendezvények és a tájékoztatók szempontjából nem csupán az fontos, hogy milyen információval szolgáljon a kar a résztvevők számára, hanem az is, hogy azokat ki közvetítse. A 2012/13-as tanévben új kérdésként került a kérdőívbe, hogy a felsorolt kari személyek közül a válaszadók kit tartanak a *leghitelesebbnek* (1. számú melléklet 27. táblázat). 2012 decemberében a kitöltők több személyt is megjelölhettek, míg 2013. januárban már csak egyet választhattak a négy közül. Az eredményekben tapasztalható nagyobb eltérések emiatt történtek. Decemberben a kar oktatója végzett az első helyen, akit a kar hallgatója követ, míg az utolsón a kar vezetője áll. Januárban már más sorrend alakult ki: első helyen a kar hallgatója végzett, második a volt hallgató, harmadik pedig a vezető. Így ebben az esetben az utolsó helyen végzett a decemberi győztes. Tehát elmondhatjuk, hogy bár a

kitöltők hitelesnek tartják a kar oktatóját, amennyiben választani kell a négy személy közül, nem öt sorolják az első helyre. Az adatokat a 12. ábra szemlélteti.

12. ábra: Leghitelesebb személy a kar részéről, 2012/13 tanév nyílt napok (jelölések, db)

N=115



A 2013. januári kérdőívekben megkérdezésre került, hogy részt vettek-e a decemberi nyílt napon is a kitöltők, illetve hogy mi motiválta őket az *ismételt részvételre* (1. számú melléklet 28. táblázat). Az adatok azt mutatják, hogy a válaszadók egyötöde vett részt decemberben is a nyílt napon. Közülük legtöbben azért jöttek el ismét, mert akkor már konkrét szak iránt érdeklődtek. Volt, akinek konkrét kérdése volt, míg más az Educatio munkatársa miatt jött el, de ez a két utóbbi nem volt gyakori.

## 5.2. A 2012/13 és 2013/14-es tanévben beiskolázott hallgatók adatai

Ebben a fejezetben a beiskolázásra került első éves hallgatókkal elvégzett kérdőíves kutatás eredményeit ismertetem. Először azok az elemzések kerülnek bemutatásra, amelyek esetében lehetőség volt a nyílt napos mintával való összehasonlítására. Ezt követi majd az egyes kérdőívek önálló elemzése. A demográfiai adatokat az 5. táblázat mutatja.

5. táblázat: A beiskolázottak demográfiai adatai (2012-2013)

| Változó neve                | Tanév   | N (db) | Százalék |
|-----------------------------|---------|--------|----------|
| <i>nők aránya</i>           | 2012/13 | 172    | 72,09    |
|                             | 2013/14 | 159    | 62,26    |
| <i>helyi lakosok aránya</i> | 2012/13 | 166    | 36,75    |
|                             | 2013/14 | 132    | 36,36    |

N=elemszám

A *nemek* tekintetében az mondható el, hogy mindkét tanévben a nők voltak többségben, azonban arányuk csökkenést mutatott. A *helyi lakosok* részaránya viszont szinten nem változott a két tanév között.

A beiskolázott elsősökről a *képzési szintet* illetően a 6. táblázat alapján az mondható el, hogy a 2012/13-as tanévben a mintában csak alapképzéses hallgatók vettek részt. Az ezt követő tanévben viszont már voltak olyan válaszadók is, akik felsőoktatási szakképzésre jártak az intézménybe. Az alapképzésre beiratkozott válaszadók száma azonban kevesebb volt a második adatfelvételkor.

6. táblázat: Gyakorisági adatok (2012-2013 elsősök)

| Változó neve                     | Szintje                | Tanév   | N (db) | Gyakoriság | Megoszlás (%) |
|----------------------------------|------------------------|---------|--------|------------|---------------|
| <b>Képzési szint</b>             | <i>Alapképzés</i>      | 2012/13 | 172    | 172        | 100           |
|                                  | <i>FOKSZ</i>           |         |        | 0          | 0             |
|                                  | <i>Alapképzés</i>      | 2013/14 | 172    | 154        | 89,53         |
|                                  | <i>FOKSZ</i>           |         |        | 18         | 10,47         |
| <b>Szak</b>                      | <i>GM</i>              | 2012/13 | 172    | 84         | 48,84         |
|                                  | <i>NG</i>              |         |        | 88         | 51,16         |
|                                  | <i>GM</i>              | 2013/14 | 172    | 110        | 63,95         |
|                                  | <i>NG</i>              |         |        | 62         | 36,05         |
| <b>Oktatási intézmény típusa</b> | <i>Gimnázium</i>       | 2012/13 | 172    | 132        | 76,74         |
|                                  | <i>Szakközépiskola</i> |         |        | 40         | 23,26         |
|                                  | <i>Gimnázium</i>       | 2013/14 | 159    | 96         | 60,38         |
|                                  | <i>Szakközépiskola</i> |         |        | 63         | 39,62         |

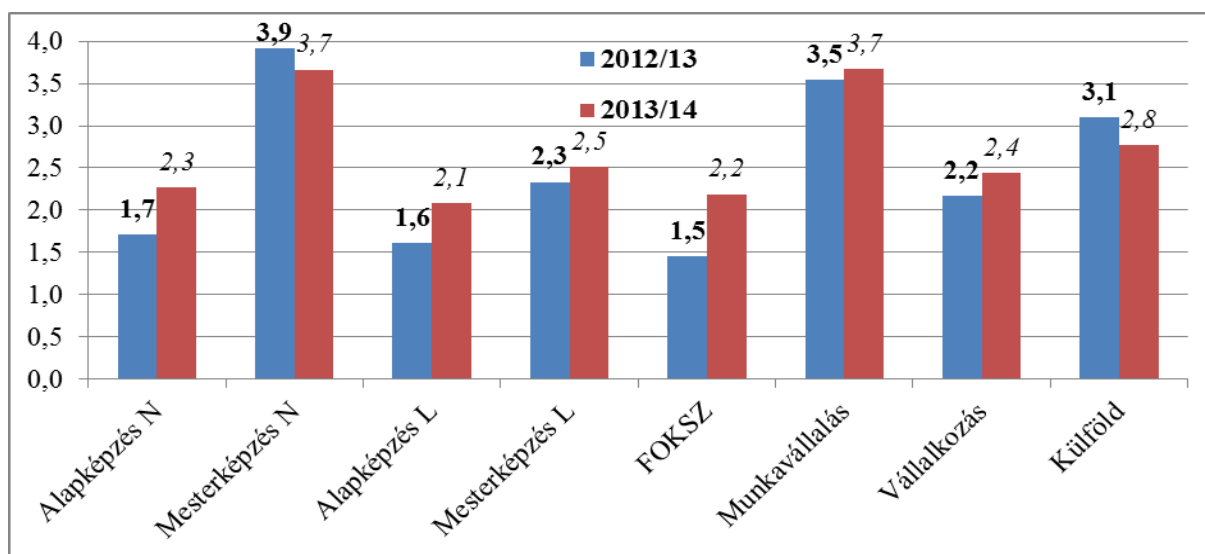
*N=elemszám, FOKSZ=felsőoktatási szakképzés*

A vizsgálat során felmérésre került, hogy milyen középfokú *oktatási intézményből* érkeztek a válaszadók a karra. Az adatok azt mutatják, hogy a gimnazisták aránya jelentősebben visszaesett, a szakközépiskolásoké pedig nőtt.

A *diplomázás utáni tervekkel* kapcsolatban az mondható el (13. ábra), hogy szinte mindegyik esetben magasabb átlagot kaptak a lehetőségek a 2013/14-es tanévben válaszadó hallgatóktól (1. számú melléklet 29. táblázat). A 2012. szeptemberben beiskolázottak tartják valószínűbbnek, hogy nappali tagozatos mesterképzésen folytatják tanulmányaikat, illetve annak a lehetőségét, hogy külföldre mennek (2. számú melléklet 41. táblázat). A 2013 szeptemberében válaszolók nagyobb esélyt látnak arra, hogy nappali vagy levelező tagozaton másik alapképzést vagy felsőoktatási szakképzést végezzenek a diplomaszerezés után (2. számú melléklet 41. táblázat). A férfiak és a nők véleménye szignifikánsan eltér a nappali

tagozatos mesterképzés és a vállalkozás tekintetében: az elsőt a gyengébbik, a másodikat az erősebbik nem tartja valószínűbbnek (2. számú melléklet 40. táblázat).

13. ábra: Diplomázás utáni tervek alakulása (2012-2013 elsősök) N=321



A továbbtanulási információk gyűjtéséhez és a tájékozódáshoz használt eszközök között három olyan *internetes oldal* található, amely eredményei összevethetőek a két vizsgált tanévben (7–8. táblázat). A teljes összehasonlítás nem lehetséges, hiszen a válaszadók különböző skálát használva értékelték.

7. táblázat: Internetes oldalak használata, 2012/13-as tanév, elsősök (ötfokozatú skála)

| Változó neve                  | N (db) | Átlag | Szórás |
|-------------------------------|--------|-------|--------|
| <i>felvi.hu</i>               | 171    | 3,37  | 1,30   |
| <i>a kar honlapja</i>         | 171    | 2,69  | 1,40   |
| <i>anyaintézmény honlapja</i> | 171    | 2,60  | 1,32   |

N=elemszám

8. táblázat: Internetes oldalak használata, 2013/14-es tanév, elsősök

| Változó neve                  | N (db) | „igen” jelölés (db) |
|-------------------------------|--------|---------------------|
| <i>felvi.hu</i>               | 136    | 103                 |
| <i>a kar honlapja</i>         | 136    | 19                  |
| <i>anyaintézmény honlapja</i> | 136    | 47                  |

N=elemszám

2012/13-ban kis különbséggel, de megelőzte a kar honlapja az anyaintézmény weblapját az átlagos pontszám tekintetében. A következő tanévben azonban jelentősen kevesebben voltak már azok, akik a kar oldalát használták az anyaintézmény weboldalának látogatóival szemben (14% és 35%).

Most azok a kutatási eredmények kerülnek bemutatásra, amelyek csak a 2012/13-as tanévben beiskolázásra került hallgatók és a nyílt napos látogatók esetében vethetőek össze. A továbbtanulással kapcsolatos információk gyűjtésére használt források értékelése ötfokozatú skálán történt (9. táblázat).

9. táblázat: Információforrások használata, 2012/13-as tanév, elsősök (ötfokozatú skála)

| Információforrás   | N (db) | Átlag | Szórás |
|--------------------|--------|-------|--------|
| <i>Nyílt napok</i> | 168    | 2,92  | 1,42   |
| <i>Brosúra</i>     | 170    | 2,05  | 1,18   |
| <i>Plakátok</i>    | 170    | 1,82  | 1,75   |

*N=elemszám*

Ahogy láthatjuk, az átlagértékek minden esetben 3 alatt maradt. Legjobban a nyílt napon szerzett információk szerepeltek. Ettől közel egy egésszel lemaradva következik a broszúra, majd pedig végül a plakátok. Ebből arra következtethetünk, hogy a továbbtanulással kapcsolatos tájékozódásnál nem ezekre a forrásokra támaszkodtak a válaszadó hallgatók.

10. táblázat: Hitelesség, 2012/13-as tanév, elsősök

| Személy                   | Jelölés                                              | N (db) | „igen” jelölés (db) |
|---------------------------|------------------------------------------------------|--------|---------------------|
| <i>Volt hallgató</i>      | 0 = nem és 1 = igen<br>(többet is<br>megjelölhetett) | 172    | 115                 |
| <i>Jelenlegi hallgató</i> |                                                      | 171    | 99                  |
| <i>Tanár</i>              |                                                      | 172    | 81                  |
| <i>Dékán</i>              |                                                      | 172    | 53                  |

*N=elemszám*

A 10. táblázat tartalmazza azokat az eredményeket, amelyek különböző kari pozíció beöltők, mint a karral kapcsolatos információk forrásainak hitelességét mérték. Itt a felsorolt négy lehetőség közül többet is bejelölhettek a válaszadók. Több mint a kitöltők fele tartja hitelesnek a volt és jelenlegi hallgatókat, így ők végeztek az első két helyen. Az oktatók kevéssel maradtak el az 50%-tól. Utolsó helyen a dékán végzett, akit a válaszadók mindössze egyharmada választott.

Szintén nem teljes az összehasonlíthatóság a két tanévben beiskolázott véleménye között a kar vonzerejét meghatározó jellemzők esetében. Itt a 2012/13-as tanévben ötfokozatú skála szerepel, és a válaszadók nem csupán a felsorolt tulajdonságokat értékelték, hanem azt is, hogy szerintük az adott jellemző mennyire igaz a vizsgált karra. 2013/14-ben ismételtén igaz-hamis választ adtak meg a kitöltők (1. számú melléklet 30. táblázat).

Az adatok azt mutatják, hogy az első adatfelvételnél a jó elhelyezkedési mutatók és a továbbtanulási lehetőségek álltak az élen. Vonzónak találták még a kitöltők a biztosított

szakmai gyakorlatot és az idegen-nyelv tanulási lehetőséget is, valamint sokat jelent számukra, ha a kar híres anyaintézményhez tartozik. A legkevésbé népszerű jellemzők is az átlagos pont körül mozognak. Ezek a fiatal oktatók, a kollégiumi elhelyezési lehetőségek és a könnyű bekerülés. A vizsgált kar a legmagasabb pontokat a híres anyaintézmény és a diákélet esetében kapta. Van azonban néhány olyan eset, amikor egy jellemző vonzó a válaszadók számára, de a karra azt kevésbé tartják jellemzőnek. A két érték között nagy eltérés mutatkozik a híres és külföldi oktatók, az idegen-nyelv tanulási lehetőség, a jó elhelyezkedési mutatók és a juttatások esetében.

A 2013/14-es tanévben megkérdezettek véleménye néhány helyen eltér a korábban felmért gólyákétól. Több mint a válaszadók fele tartja vonzónak a jó elhelyezkedési lehetőségeket, az idegen-nyelv tanulási lehetőséget és a diákéletet. Láthatóak olyan tulajdonságok is, amelyeket általában csak a kitöltők kevesebb, mint 15%-a tart fontosnak. Ezek a következők: híres oktató, fiatal oktató (17%), könnyű bekerülni, juttatások és kollégiumi elhelyezési lehetőségek.

A 2013/14-es tanévben beiskolázott elsőéves hallgatókkal kitöltetett kérdőív tartalmaz egy olyan kérdést, ami még összevethető a nyílt napos elemzés adataival, ami a középiskolákban tartott *iskolai tájékoztatóra* vonatkozik (1. számú melléklet 31. táblázat). A kitöltők közül 118-ból 50 hallgató jelezte, hogy részt vett a kar oktatója által tartott ilyen eseményen. Az ezzel kapcsolatos további kérdésekre viszont már csak 47 válasz érkezett. Mind az elhangzott információval, mind az előadó stílusával való elégedettség esetén ötfokozatú skálán értékelték a kitöltők. Az adatokból látszik, hogy mindkét tényezőnél szerepelt a legalacsonyabb és a legmagasabb érték is. Az átlagok azonban azt mutatják, hogy a válaszadók összességében elégedettek voltak.

Ez a kérdőív kifejezetten a 2013/14-es tanévben beiskolázott hallgatónak készült azzal a céllal, hogy további információt gyűjtsön a nyílt napokkal kapcsolatban. Ezért azok az eredmények is bemutatásra kerülnek, amelyek nem vethetőek össze a korábbi nyílt napos látogatóktól vagy az elsősöktől felvett adatokkal. A kérdőív tartalmazott egy szűrő kérdést, arra vonatkozóan, hogy a kitöltők *részt vettek-e* a kar által szervezett valamelyik nyílt napon. Ezt követően azok, akik igennel válaszoltak, másfajta kérdéseket töltöttek ki a kérdőív egy részében, mint azok, akik nemmel. Először azok az adatok kerülnek bemutatásra, amelyek mindkét csoportra vonatkoztak (1. számú melléklet 32. táblázat). A 166 kitöltő közül 70 volt olyan, aki eljött a kar által szervezett eseményre.

Mindenkitől megkérdezésre került, hogy a *másoktól hallott információk* (a nyílt napról)  *mennyire befolyásolták a továbbtanulási döntésüket* (1. számú melléklet 32. táblázat). Jelentős többségben voltak azok, akikre pozitív hatással voltak ezek az ismeretek, vagyis jobban szeretett volna miattuk a karon folytatni tanulmányait. Legkevesebben azok a kitöltők voltak, akiket negatív irányban befolyásoltak.

A kérdőívben felsorolásra került több *információforrás* is, amelyek közül a válaszadóknak azt kellett megjelölniük, amelyiket igénybe vették a karról való tájékozódás során. A legtöbben itt is a felvi.hu oldalt használták, illetve sokan kérdezték meg a barátaikat is. Jelentős még az anyaintézmény honlapjának a látogatása is. Legkevesebben viszont azok voltak, akik a vizsgált kar honlapját használták, vagy volt hallgatóktól érdeklődtek.

Kizárólag a nyílt napot látogató kitöltők (1. számú melléklet 33. táblázat) első kérdése az volt, hogy *melyik nyílt napra* látogattak el. Közülük 29-en jelentek meg a decemberi és 36-an a januári rendezvényen, míg mindkettőre 4 válaszadó ment el. A januári résztvevőktől itt is megkérdezésre került, hogy *miért választották* azt a nyílt napot. A legtöbben konkrét szak iránt érdeklődtek, de voltak olyanok is, akik eredetileg is akkor akartak jönni. Míg mások azért látogattak el, mert hallottak az intézmény decemberi nyílt napjáról.

A kitöltők egy ötfokozatú skálán értékelték, hogy  *mennyire vették hasznát* az ott elhangzott információknak az intézményválasztás során. Az 59 válaszadó pontozása alapján az mondható el, hogy hasznosnak bizonyultak az átadott ismeretek (átlag 3,76 és szórás 0,88).

Fontos tényező az is, hogy a nyílt napokon szerzett tapasztalatok  *milyen irányba befolyásolták* a kitöltők intézményválasztását. Akkor tekintjük a hatás irányát pozitívnak, ha az eseményen való részvétel után a válaszadó jobban szeretett volna a karra jelentkezni, mint előtte. Ellenkező esetben a hatást negatívnak tekintettük. Jó eredmény, hogy a kitöltők zöme pozitív benyomásokkal távozott (1. számú melléklet 33. táblázat). Voltak olyanok is, akik intézményválasztására nem volt hatással a rendezvény, de azok voltak a legkevesebben, akiket negatívan befolyásolt. A 3. fejezetben említett szekunder kutatásoknál is találkozhattunk a nyílt napok hatékonyságának ilyenfajta mérésével, ami ez alapján a kar esetében 67%.

Megkérdezésre került továbbá, hogy a válaszadók  *kikkel osztották meg* a nyílt napon szerzett tapasztalataikat (1. számú melléklet 33. táblázat). Legtöbben (50 fő) a szülőknek

meséltek, de sokan barátokkal és osztálytársakkal is beszélgettek a témáról. Voltak olyanok is, akik az osztályfőnökkel osztották meg élményeiket.

Ezek a kérdések tartoztak azokhoz, akik részt vettek a kar által szervezett valamely nyílt napon. Akik nem jöttek el, azok arra válaszoltak először, hogy *hány másik intézmény* ilyen jellegű eseményére látogattak el. A legtöbben egyet írtak be, többen 2-re mentek el, míg kevesen akár 3 másik egyetemet is megnéztek ( $N=127$ , átlag 0,85).

A kérdőív tartalmazott kérdést arra vonatkozóan is, hogy mi volt annak az oka, hogy a kar *nyílt napját nem látogatták* meg (1. számú melléklet 34. táblázat). A legtöbben azok voltak, akik azért nem jöttek, mert már hallottak jót a kar által szervezett ilyen eseményről. Második helyen azok állnak, akik a részvételt nem tartották fontosnak. Sokan voltak olyanok is, akik nem értesültek a lehetőségekről. Azok voltak a legkevesebben, akik azért nem jöttek el, mert már korábban rosszat hallottak a kar nyílt napjairól.

### 5.3. Elemzések összegzése

Az összehasonlítás célja, hogy feltárja a különbségeket és a hasonlóságokat a nyílt napon kérdőívet kitöltők és a beiskolázott válaszadók között. Ez alapján következtetéseket vonhatunk le arra vonatkozóan, hogy a nyílt napot látogatók külön szegmensnek tekinthetőek-e, és ennek következtében sajátos marketingkommunikációt igényelnek-e. Az idősoros adatok összevetésre kerültek az elsősöktől felvettekkel. Különös figyelem illeti meg az utolsó négy nyílt napot az összehasonlítás során, hiszen ugyanaz a korosztály szerepel a beiskolázottakból álló mintában. A statisztikai összehasonlításnál (khí-négyzet próba, illetve kétmintás t-próba segítségével) az azonos „kohorszok” kerültek összehasonlításra, azaz 2011/12-es nyílt napok válaszadói a 2012/13-ben beiskolázott gólyákkal, a 2012/13-as nyílt napos résztvevők pedig a 2013/14-es gólyákkal. A t-próbák elemzési adatait a 2. számú melléklet 42. táblázata tartalmazza.

A *nemek* tekintetében az látszik, hogy a nők aránya csökkenésnek indult 2012 januárja után. Ez a visszaesés ugyanúgy megmutatkozik a beiskolázott elsősöknél is. Tehát elmondhatjuk, hogy a nyílt napokon kérdőívet kitöltők és a beiskolázott válaszadók között a nők aránya hasonló irányban változott a vizsgált tanévekben. Maga az arány pedig mindkét kohorsznál megegyezett (a chí-négyzet próba értéke az első esetben 0,01, a másodikonál 0,26).

A vizsgált nyílt napokon a helyi *lakosok* aránya 2012. január után folyamatos növekedést mutat, viszont ez már nem mondható el a beiskolázott hallgatókról. Ugyanis utóbbiak közt a

helyi lakosok aránya a 2012/13-as és a 2013/14-es tanév között csökkenést mutat. A különbség mindkét kohorsznál kimutatható. A khí-négyzet próba szerint 1%-os szignifikancia-szinten (khí-négyzet = 8,04) tekinthető különbözőnek az első, és 10%-os szinten (2,79) a második kohorsz esetében.

Az *oktatási intézmény típusát* illetően az mondható el, hogy bár a nyílt napokon egyre többen érkeznek a szakközépiskolás diákok közül, a beiskolázott hallgatók között még mindig a gimnazisták vannak jelentős többségben. Arányuk azonban mintegy 15%-kal esett a 2012/13-as és a 2013/14-es tanév között. A változás iránya tehát azonos, ám az arányok eltérnek. A különbség mindkét kohorsznál 1%-on szignifikáns (a khí-négyzet értékek 54,47 és 7,30).

A *továbbtanulással kapcsolatos információ gyűjtésére* használt internetes oldalakkal kapcsolatos adatokat csak a 2013/14-es tanévben beiskolázott válaszadók esetében lehet összehasonlítani a nyílt napos kitöltőkével, az alkalmazott skála miatt. A felvi.hu oldal esetében az mondható el, hogy a beiskolázottak alacsonyabb mértékben használták ezt a lehetőséget, mint a kitöltők bármely nyílt napon. Az anyaintézmény oldalával kapcsolatban az látszik, hogy az utolsó két nyílt naphoz tartozó adatok átlaga közel esik a 2013/14-es tanévben válaszolók eredményeihez. Tehát ebben az esetben hasonlóságot fedezhetünk fel az utolsó tanév nyílt napjain válaszadók és a következő évben beiskolázottak között. Ugyanez mondható el a kar honlapjával kapcsolatban is.

Az információk gyűjtésére használt *további források* közül három került összehasonlításra: brosúra, plakát, kari nyílt nap. Mindháromról az mondható el, hogy bár a nyílt napon válaszolók szívesebben élnének ezekkel az eszközökkel, a 2012/13-as tanévben beiskolázott kitöltők számára ennél jóval kisebb mértékben voltak hasznosak a döntésnél. A rangsor az megegyezik a kétféle csoport véleményében, az átlagértékek több mint egy egésszel maradnak le az elsősöknél. Átlagban csak a kari nyílt nap közelíti meg náluk az átlagos szintet, a brosúra valamivel 2 egész felett, a plakát pedig ez alatt helyezkedik el. Tehát ebből az következik, hogy az információforrások használata és azok hasznossága nem biztosan egyezik meg.

A *hitelesség* vizsgálata esetén az adatok a 2012. decemberi nyílt nap és a 2012/13-ban beiskolázottak esetében vethetőek össze teljesen, és eltérés látszik a két csoport véleménye között. Kisebb az eltérés a kar oktatója és vezetője esetén, azonban mindkét személyt a nyílt napon válaszolók jelölték meg többen. A kar hallgatója már a beiskolázottak körében volt

népszerűbb, a legnagyobb eltérés pedig a volt hallgató tekintetében látszik, szintén a beiskolázottak javára.

A középiskolákban tartott *tájékoztató* eredményeit a 2013. januári nyílt nap és a 2013/14-ben elsős válaszadók alapján lehet összehasonlítani. Ez azért érdekesebb, mert ugyanaz a korosztály vett részt mindkét kitöltésen, így előfordulhat, hogy valaki mindkét megkérdezésen szerepelt. A részvételt illetően az látszik, hogy a beiskolázottak közül többen vettek részt ilyen tájékoztatón, mint a nyílt napok válaszadói közül. Az elégedettség tekintetében azonban fordult a helyzet: az elhangzott információ és az előadó stílusa esetében is jelentős különbség mutatkozik. Az első esetben 0,5 és a másodikban 0,7 a különbség az átlagos pontszám között.

A döntést illetően vizsgálatra került, hogy az *egyetem, kar, szak és város* milyen sorrendben követik egymást, mint döntési szempontok. A 2012. decemberi nyílt napon válaszolók körében első helyen az egyetem áll és második a város, míg az elsősöknél ez fordítottnak igaz. Viszont a kar mindegyik esetben a harmadik, a szak pedig a negyedik. Tehát utóbbi kettő tekintetében nem jelentősen tér el egymástól a két csoport. (kétmintás *t*-próbával került tesztelésre az egyes elemek átlagos rangszámának különbsége, az abszolút értéken legmagasabb *t*-érték az egyetem esetében fordult elő, 1,50 volt, 184-es szabadsági fok mellett).

A *diplomázás utáni tervek* vegyesen alakultak. Másik alapképzést (nappali) a 2012/13-ban beiskolázott válaszadók kevésbé tartották valószínűnek, mint a korábbi nyílt naposok, viszont a 2013/14-es kitöltők már nagyobb esélyt láttak rá. A nyílt napos adatok a nappali tagozatos mesterképzésnél folyamatos csökkenést mutattak. Az első beiskolázottakból álló minta azonban ettől csaknem fél ponttal valószínűbbnek tartja ez a lehetőséget, míg a második minta már visszaesést mutat. A másik alapképzés elvégzése levelező tagozaton szinte végig a legalacsonyabb átlagot mutatja, azonban a 2013/14-es tanévben elsős kitöltők nagyobb valószínűséget társítanak hozzá. A mesterképzés ilyen tagozaton már jóval népszerűbb. A nyílt napok esetében 2012 decemberétől növekedés mutatkozik, ami tovább folytatódott az elsősöknél is. A felsőoktatási szakképzés esetében a 2012/13-as tanévben beiskolázottakhoz tartozó adat jelenti a mélypontot. Azonban a következő tanév elsősei már jóval valószínűbbnek tartják ezt a lehetőséget, és meredek emelkedés mutatkozik. A munkavállalásról az mondható el, hogy a beiskolázott válaszadók nem tartják ezt a lehetőséget olyan valószínűnek, mint a 2009. december után válaszoló nyílt napos látogatók. Azonban a 2012/13-as és a 2013/14-es tanév adatai között növekedés indult meg. Ugyanez

mondható el a vállalkozásban való munkavégzésről is. Míg a külföldre utazás egyre népszerűbb a nyílt napos kitöltők körében, úgy egyre kevésbé valószínű a beiskolázott válaszadók számára. Meredek csökkenés kezdődött el, amelynek jelenlegi mélypontja a 2013/14-es tanév. . Itt is kétmintás *t*-tesztekkel kerültek vizsgálatra a kohorszokon belüli eltérések. Az első kohorsznál 1%-os szignifikanciaszinten különbözött a nyílt napos és a gólya kérdőív a következők esetében (zárójelben az abszolút *t*-értékek): másik alapképzés nappali (10,00) vagy levelező (3,48) tagozaton, másik nappali mesterképzés (3,57), FOKSZ (11,61), munkavállalás (3,67). A második kohorsznál 5%-os szignifikanciaszinten volt különbség a másik levelező alapképzésen (2,17), 1%-on a FOKSZ (4,12) és a külföldre menetel (3,78) esetében.

A *kar vonzerejét* meghatározó jellemzők esetében a nyílt napok idősoros adatait a 2013/14-ben beiskolázott válaszadóktól származókkal lehet teljesen összevetni. A legtöbb tényező esetében az látszik, hogy az elsősök számára kevésbé vonzóak. Ez alól csak két kivétel van. A rangsorban elfoglalt hely fontossága a nyílt napok során jelentős csökkenést mutat, amitől kicsit magasabb az elsősökhöz tartozó érték. Jelentősebb az ilyen irányú eltérés a híres anyaintézmény esetében. Mindkét csoportnál a híres oktatók a legkevésbé vonzóak, bár ebben az esetben a 2013/14-es adatok az idősoros átlag felett állnak. Minden más esetben ennek az ellentéte igaz.

Összességében az mondható el, hogy az összehasonlított jellemzők zöménél eltérés tapasztalható a nyílt napon válaszolók és a beiskolázott kitöltők között. Így arra következtethetünk, hogy a nyílt napra látogatók csoportja önálló szegmensnek tekinthető a beiskolázási marketing szempontjából, és így a nyílt napok kialakításánál az ő igényeiket előtérbe helyező, speciális marketingtervre van szükség.

## 6. Konklúzió

Az elméleti áttekintés és a szekunder kutatási eredmények (2-3. fejezet) alátámasztják azt a feltevést, miszerint a felsőoktatási marketing, és azon belül a beiskolázási tevékenység fontos szerepet játszik az egyetemek és főiskolák működésében. A „Bolognai rendszer” bevezetésével megnőtt a verseny a felsőoktatási intézmények között. Ezt a kompetitív környezetet az újabb oktatási lehetőségek elterjedése tovább erősíti. A környezeti hatások miatt az egyetemek és főiskolák többnyire felismerték a marketing jelentőségét, és integrálták is azt a működésükbe. A gyorsan változó körülmények nem csupán az intézményekre vannak hatással, hanem a diákokra is. Többek között a tandíj bevezetése, vagy az egyetemváltás egyszerűsödése is olyan tényezőket jelenthetnek, amelyek az egész továbbtanulási döntési folyamatot befolyásolják. Így ez a terület mindig érdekes és aktuális kutatási terület lehet a felsőoktatási intézmények számára.

A beiskolázás egy olyan kulcsfontosságú terület, amellyel számos kutató foglalkozik (3. fejezet). A dolgozat az alkalmazható eszközök táborából a beiskolázási nyílt napokat emeli ki. Ezen eseményeket a 3. fejezet szekunder elemzéseken túl egy konkrét karon elvégzett kutatás segítségével vizsgáltam. Ebben részt vettek a nyílt napokon 2008 decembere óta felvett kérdőívek, valamint a 2012/13-as és 2013/14-es tanévben beiskolázott elsőéves hallgatóktól kérdőíves formában gyűjtött adatok is.

Mint minden kutatásnak, jelen elemzésnek is vannak korlátai. A kérdőívek kitöltése minden esetben önkéntes volt, ami által a minta kialakításában az önkiválasztási torzítás jelentős szerepet játszik. A nyílt napokra vonatkozó megkérdezések alkalmával az évek során változások történtek a kérdések összetételében és azoknak a megfogalmazásában is, így az adatok nem vethetőek össze teljesen. Az idősorok rövideksége és az alacsony elemszám miatt (a beiskolázott elsőévesek esetében csupán két tanév) azonban statisztikailag alátámasztható következtetéseket nem lehet levonni az elvégzett elemzések alapján.

A nyílt napra látogatók között a vizsgált évek alatt egyre csökken a nők és a gimnazisták aránya. Ezzel ellentétben azonban növekszik a helyi kötődésű diákok részvétele ezeken az eseményeken. Érdeklődésük középpontjában tartósan a különböző alapképzési szakok állnak. A szülők tájékozottsága a karra vonatkozóan növekvő tendenciát mutat, és az is kiderült, hogy van beleszólásuk a diákok továbbtanulási döntésébe is. A nyílt napokról történő tájékozódáshoz szívesebben használnak internetes oldalakat, mind a felvi.hu. Az írott források közül inkább a hirdetőtáblák és plakátok a népszerűek. Sokan értesülnek ezekről az

eseményekről barátaiktól vagy osztályfőnököktől is. Bár a legtöbben a diploma megszerzése után munkát szeretnének vállalni, elképzelhetőnek találják a mesterképzésen történő továbbtanulást is. Az oktatási intézmény vonzerejét meghatározó tényezők között tartóan a jó elhelyezkedési lehetőségek vezetnek. Ezek mellett fontos még a biztosított szakmai gyakorlat és az idegen-nyelv tanulási lehetőségek is.

A vizsgálatok eredményei azt mutatják, hogy a nyílt napra látogatók elkötelezettek az intézmény irányába. Ezt az mutatja, hogy sokan nem csupán abban biztosak, hogy jelölni fogják a kart a jelentkezési lapon, hanem abban is, hogy az első helyen fog szerepelni. Emellett pedig érdeklődnek a kar szakmai élete iránt, és rendezvényein akár már középiskolásként is szívesen részt vennének. Sokak szeretnének saját intézményükben is személyesen találkozni a kar valamely képviselőjével, hogy előadást tartson a választható szakokról, és akár szakmai órát is tartson. Érdeklődési körüket illetően kiderült, hogy leginkább a jövőbeli tanulmányaikról, az elhelyezkedési lehetőségekről, és a diákéletéről szeretnének hallani a nyílt napok alkalmával.

Az összehasonlító elemzések a beiskolázott elsőéves hallgatók és a nyílt napra látogatók között azt mutatták, hogy *a két csoport eltér egymástól*. Tehát azt mondhatjuk, hogy *a vizsgált eseményen résztvevők marketing szempontból önálló, speciális szegmenst alkotnak*. A 2013/14-es tanévben, a gólyák körében megkezdett kutatás lehetővé tette azonban a nyílt napok eredményességének a mérését is, ami szerint a kar esetében a látogatók 67%-ára volt pozitív hatással a nyílt nap.

Az elemzés során fény derült a nyílt napokon kitöltésre kerülő kérdőívek főbb hibáira és hiányosságaira is. A visszaérkezési arány meghatározása érdekében érdemes lehet a kérdőíveket a többi anyaggal (tájékoztató füzet, szórólapok) együtt odaadni az eseményre látogatóknak. A kitöltési hibák visszaszorításának érdekében szükség lehet a kérdések átfogalmazására és egyszerűsítésére. A további kutatások eredményesebbé tételéhez szükséges lenne a kérdőív kérdéseinek standardizálása, ami megteremtené a pontosabb összehasonlítás lehetőségét.

A fent említett korlátokon túl meg kell jegyezni, hogy jelen kutatás eredményei csak a vizsgált karra vonatkoztathatóak, tehát más intézményekre vagy szakokra nem lehet ezeket általánosítani, vagy rájuk vonatkozóan következtetéseket levonni. Ugyanakkor a vizsgálat tanulsága szerint érdemes lehet hasonló vizsgálatokat folytatni több intézményre kiterjedő mintán is, hiszen a beiskolázási nyílt napok tényleges marketing-szerepének elemzése már

csak a technika elterjedtsége miatt is érdekes mind tudományos, mind gyakorlati szempontból.

## IRODALOMJEGYZÉK

1. Bernard Brochand – Jacques Lendrevie (2004): *A reklám alapkönyve*, KJK-KERSZÖV Kiadó, Budapest
2. Chris Martin (1996): *Institutional Research and Student Recruitment or How do Institutions of Higher Education Know What Attracts Students to their Doors?*, <http://www.aair.org.au/app/webroot/media/pdf/JIR/Journal%20of%20Institutional%20Research%20in%20Australasia%20and%20JIR/Volume%205,%20No.%202%20September%201996/Martin.pdf>, letöltés dátuma: 2013.11.14.
3. Eduline (2009): *Immár hét egyetemmel kötött stratégiai megállapodást a MOL*, [http://eduline.hu/felsooktatas/2009/12/3/20091202\\_21599\\_mol\\_corvinus\\_bme\\_elte\\_megallapodas](http://eduline.hu/felsooktatas/2009/12/3/20091202_21599_mol_corvinus_bme_elte_megallapodas), letöltés dátuma: 2013.11.02.
4. Felvi honlapja (2013a): *Nyílt napok*, [http://www.felvi.hu/felveteli/nyiltnap/!NyiltNap/nyiltnap.php?honap=0&szer\\_id=0](http://www.felvi.hu/felveteli/nyiltnap/!NyiltNap/nyiltnap.php?honap=0&szer_id=0), letöltés dátuma: 2013.11.02.
5. Felvi honlapja (2013b): *Elmúlt évek statisztikái*, [http://www.felvi.hu/felveteli/ponthatarok\\_rangsorok/elmult\\_evek/!ElmultEvek/elmult\\_evek.php?stat=1](http://www.felvi.hu/felveteli/ponthatarok_rangsorok/elmult_evek/!ElmultEvek/elmult_evek.php?stat=1), letöltés dátuma: 2013.11.02.
6. Fodorné Tóth Krisztina – Haraszty Gábor (2009): *Távoktatás és e-learning*, Tudás Menedzsment, 10. évf., 1. szám, 19-26.o.
7. Galamb Veronika (2012): *Beszámoló a Neumann János Informatikai Kar beiskolázási kampányáról*, [http://docs.nikhok.hu/2012/marcius/beiskolazasi\\_beszamolo.pdf](http://docs.nikhok.hu/2012/marcius/beiskolazasi_beszamolo.pdf), letöltés dátuma: 2013.11.14.
8. Glyndwr University honlapja (2013): *Virtual open day*, <http://www.glyndwr.ac.uk/en/Postgraduatecourses/Virtualopenday/>, letöltés dátuma: 2013.11.14.
9. Gyulavári Tamás – Mitev Ariel – Neulinger Ágnes – Neumann-Bódi Edit – Simon Judit – Szőke Krisztián (2012): *A marketingkutatás alapjai*, AULA Kiadó Kft., Budapest
10. Jade Brewster – Colin Jevons (2000): *Event Marketing as an antecedent determinant of consumer decision making: the effectiveness of a University Open Day*, <http://www.anzmac.org/conference/2000/CDsite/papers/b/Brewste1.PDF>, letöltés dátuma: 2013.11.14.

11. Jordan de Jager – Therese du Plooy (2010): Information sources used to select a higher education institution: evidence from South African students, *Business Education & Accreditation*, Vol. 2, No. 1., pp. 61-75.
12. Józsa László – Piskóti István – Rekettye Gábor – Veres Zoltán (2005): *Döntésorientált marketing*, KJK-KERSZÖV Kiadó, Budapest
13. Kuráth Gabriella (2005): *A beiskolázási marketing súlypontjai*, II. Felsőoktatási Marketing Konferencia, Konferencia CD, Pécs
14. Kuráth Gabriella (2007): *A beiskolázási marketing szerepe a hazai felsőoktatási intézmények vonzerőfejlesztésében*, PhD értekezés, Pécsi Tudományegyetem, [http://www.rphd.ktk.pte.hu/files/tiny\\_mce/File/Vedes/Kurath\\_Gabriella\\_disszertacio.pdf](http://www.rphd.ktk.pte.hu/files/tiny_mce/File/Vedes/Kurath_Gabriella_disszertacio.pdf), letöltés dátuma: 2013.11.14.
15. Kuráth Gabriella – Törőcsik Mária (2011): *Felsőoktatási marketingkihívások*, Felsőoktatási Műhely, 5. évf., 2. szám, 15-23. o.
16. Mário Raposo – Helena Alves (2007): *A model of university choice: an exploratory approach*, [http://mpira.ub.uni-muenchen.de/5523/1/MPRA\\_paper\\_5523.pdf](http://mpira.ub.uni-muenchen.de/5523/1/MPRA_paper_5523.pdf), letöltés dátuma: 2013.11.14.
17. Opendays.com (2013): *Open day search*, <http://www.opendays.com/search/>, letöltés dátuma: 2013.11.02.
18. OpinionPanel (2011): *With university open days in full swing, some facts and figures on attendance, impact and paternal involvement*, <http://www.youthsight.com/media-centre/wp-content/uploads/2011/11/Open-days-Helicopter-parents-and-facts-and-figures-press-release-11190911.pdf>, letöltés dátuma: 2013.11.14.
19. Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar honlapja (2013): *Nyílt nap Veszprémben 2013. február 13-án*, [http://blog.gtk.uni-pannon.hu/wordpress\\_hu/nyilt-nap-veszpremben-2013-februar-13-an/](http://blog.gtk.uni-pannon.hu/wordpress_hu/nyilt-nap-veszpremben-2013-februar-13-an/), letöltés dátuma: 2013.11.14.
20. Pavluska Valéria (2010): *A marketingelmélet új irányai a felsőoktatási marketing megalapozásában*. In: Törőcsik Mária – Kuráth Gabriella (szerk.): *Egyetemi marketing – marketing a felsőoktatásban*, Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 69-86. o.
21. Philip Kotler – Kevin Lane Keller (2008): *Marketingmenedzsment*, Akadémiai Kiadó, Budapest.
22. Piskóti István (2011): *Módszertani és szervezeti megoldások az egyetemi marketingben*, Felsőoktatási Műhely, 5. évf., 2. sz., 39-51. o.
23. Polónyi István (2002): *Az oktatás gazdaságtana*, Osiris Kiadó, Budapest.

24. Richard James (2000): *How school-leavers choose a preferred university course and possible effects on the quality of the school-university transition*, Journal of Institutional Research, Vol. 9., No. 1., pp. 78-88.
25. Sándor Imre (2006): *A marketingkommunikáció kézikönyve*, ANT Stúdió Bt., Budapest.
26. Töröcsik Mária (1998): *Kereskedelmi marketing*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
27. Töröcsik Mária (2007): *Vásárlói magatartás*, Akadémiai Kiadó, Budapest.
28. Töröcsik Mária (2010): A fiatal fogyasztók életstílusa, III. Felsőoktatási Marketing Konferencia, Konferencia CD, Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 14-16. o.
29. Töröcsik Mária (2011): *Fogyasztói magatartás*, Akadémiai Kiadó, Budapest.
30. Varga Júlia (1998): *Oktatás-gazdaságtan*, Közgazdasági Szemle Alapítvány, Budapest.
31. Veres Zoltán – Szilágyi Zoltán (2008): *A marketing alapjai*, Perfekt Kiadó, Budapest.
32. Veres Zoltán (2009): *A szolgáltatásmarketing alapkönyve*, Akadémiai Kiadó, Budapest.
33. YouthSight (2012): Return on investment is increasingly driving student choice, including among the AABs, <http://www.youthsight.com/media-centre/wp-content/uploads/ROI-driving-student-choice-1005.pdf>, letöltés dátuma: 2013.11.14.
34. Yvonne J. Moogan – Steve Baron – Kim Harris (1999): *Decision-Making Behaviour of Potential Higher Education Students*, Higher Education Quarterly, Vol. 53., No. 3., pp. 211-228.

## 1. Melléklet: A kérdőíves kutatások adatait tartalmazó táblázatok

11. táblázat: Demográfiai adatok, 2008-2013 nyílt napok

| Nyílt nap      | nők aránya |       | átlagéletkor |       | helyi lakos |       | helyi iskola |       | helyi kötődésű |       |
|----------------|------------|-------|--------------|-------|-------------|-------|--------------|-------|----------------|-------|
|                | N<br>(db)  | %     | N<br>(db)    | %     | N<br>(db)   | %     | N<br>(db)    | %     | N<br>(db)      | %     |
| 2008. december | 161        | 66,46 | 159          | 18,38 | 154         | 35,06 | 162          | 48,77 | 156            | 51,92 |
| 2009. január   | 81         | 72,84 | 79           | 18,03 | 77          | 14,29 | 81           | 33,33 | 80             | 33,75 |
| 2009. december | 145        | 71,03 | 146          | 18,14 | 144         | 25,00 | 146          | 38,36 | 146            | 38,36 |
| 2010. január   | 118        | 65,25 | 117          | 17,99 | 114         | 32,46 | 116          | 50,86 | 116            | 51,72 |
| 2010. december | 85         | 68,24 | 85           | 18,13 | 84          | 41,67 | 85           | 61,18 | 85             | 61,18 |
| 2011. január   | 122        | 65,57 | 119          | 18,24 | 121         | 38,84 | 123          | 53,66 | 122            | 54,10 |
| 2011. december | 110        | 67,27 | 107          | 18,03 | 106         | 24,53 | 109          | 39,45 | 106            | 40,57 |
| 2012. január   | 86         | 77,91 | 85           | 18,02 | 85          | 21,18 | 86           | 40,70 | 85             | 41,18 |
| 2012. december | 60         | 66,67 | 57           | 18,23 | 57          | 43,86 | 59           | 72,88 | 58             | 74,14 |
| 2013. január   | 56         | 50,00 | 56           | 17,88 | 56          | 50,00 | 55           | 74,55 | 55             | 76,36 |

N=elemszám

12. táblázat: Oktatási intézmény típusának változása, 2008-2013 nyílt napok

| Nyílt nap      | N   | Gimnázium |       | Szakközépiskola |       |
|----------------|-----|-----------|-------|-----------------|-------|
|                | db  | db        | %     | db              | %     |
| 2008. december | 162 | 92        | 57,14 | 69              | 42,86 |
| 2009. január   | 82  | 44        | 57,89 | 32              | 42,11 |
| 2009. december | 146 | 82        | 56,55 | 63              | 43,45 |
| 2010. január   | 115 | 59        | 51,75 | 55              | 48,25 |
| 2010. december | 85  | 43        | 53,09 | 38              | 46,91 |
| 2011. január   | 123 | 66        | 55,00 | 54              | 45,00 |
| 2011. december | 110 | 41        | 37,27 | 69              | 62,73 |
| 2012. január   | 86  | 34        | 40,00 | 51              | 60,00 |
| 2012. december | 58  | 31        | 55,36 | 25              | 44,64 |
| 2013. január   | 56  | 18        | 32,14 | 38              | 67,86 |

N=elemszám

13. táblázat: Képzési forma iránti érdeklődés változása, 2008-2013 nyílt napok (db)

| Nyílt nap      | N    | Alapképzés | FSZ/FOKSZ | Mindkettő |
|----------------|------|------------|-----------|-----------|
| 2008. december | n.a. | n.a.       | n.a.      | n.a.      |
| 2009. január   | 81   | 65         | 12        | 1         |
| 2009. december | 143  | 128        | 8         | 7         |
| 2010. január   | 117  | 103        | 4         | 10        |
| 2010. december | 83   | 66         | 5         | 12        |
| 2011. január   | 123  | 108        | 3         | 12        |
| 2011. december | 107  | 77         | 5         | 25        |
| 2012. január   | 85   | 57         | 6         | 22        |
| 2012. december | 57   | 39         | 9         | 8         |
| 2013. január   | 52   | 46         | 5         | 1         |

N=elemszám

14. táblázat: Szakok jelölési sorrendjének változása, 2008-2013 nyílt napok

| Nyílt nap          |                     | 2008.<br>12. | 2009.<br>01. | 2009.<br>12. | 2010.<br>01. | 2010.<br>12. | 2011.<br>01. | 2011.<br>12. | 2012.<br>01. | 2012.<br>12. | 2013.<br>01. |
|--------------------|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>GM nappali</b>  | <i>Jelölés (db)</i> | 134          | 60           | 143          | 113          | 74           | 110          | 96           | 73           | 51           | 50           |
|                    | <i>Átlag</i>        | 1,06         | 1,32         | 1,15         | 1,19         | 1,42         | 1,4          | 1,38         | 1,48         | 1,94         | 1,43         |
|                    | <i>Szórás</i>       | 0,24         | 0,77         | 0,61         | 0,72         | 0,72         | 0,64         | 0,58         | 0,63         | 1,5          | 0,73         |
| <b>GM levelező</b> | <i>Jelölés (db)</i> | 13           | 11           | 143          | 113          | 19           | 18           | 18           | 11           | 17           | 18           |
|                    | <i>Átlag</i>        | 1,38         | 3,36         | 0,5          | 0,33         | 3,26         | 3,22         | 2,89         | 3,36         | 4,53         | 3,25         |
|                    | <i>Szórás</i>       | 0,51         | 1,81         | 1,14         | 1,13         | 1,41         | 1,83         | 1,23         | 1,12         | 1,59         | 1,33         |
| <b>K nappali</b>   | <i>Jelölés (db)</i> | 35           | 39           | 143          | 113          | 28           | 40           | 38           | 33           | 26           | 23           |
|                    | <i>Átlag</i>        | 1,6          | 2,03         | 0,91         | 0,89         | 3            | 2,73         | 2,18         | 2,15         | 4,06         | 2,91         |
|                    | <i>Szórás</i>       | 0,49         | 0,96         | 1,43         | 1,32         | 1,12         | 1,06         | 0,80         | 1,01         | 1,68         | 0,91         |
| <b>NG nappali</b>  | <i>Jelölés (db)</i> | n.a.         | n.a.         | 143          | 113          | 63           | 88           | 72           | 58           | 48           | 40           |
|                    | <i>Átlag</i>        | n.a.         | n.a.         | 1,4          | 1,24         | 1,65         | 1,8          | 1,76         | 1,72         | 2,4          | 1,88         |
|                    | <i>Szórás</i>       | n.a.         | n.a.         | 1,12         | 1,02         | 0,83         | 0,94         | 0,88         | 0,72         | 1,42         | 0,80         |
| <b>NG levelező</b> | <i>Jelölés (db)</i> | n.a.         | n.a.         | 143          | 113          | 16           | 16           | 15           | 9            | 17           | 18           |
|                    | <i>Átlag</i>        | n.a.         | n.a.         | 0,44         | 0,26         | 3,69         | 4,13         | 3,47         | 4            | 5,06         | 3,92         |
|                    | <i>Szórás</i>       | n.a.         | n.a.         | 1,31         | 0,98         | 1,31         | 1,54         | 1,64         | 1,32         | 1,53         | 1,03         |
| <b>FSZ PSZ</b>     | <i>Jelölés (db)</i> | 85           | 31           | 143          | 113          | 21           | 21           | 32           | 24           | n.a.         | n.a.         |
|                    | <i>Átlag</i>        | 0,65         | 2            | 0,6          | 0,28         | 2,76         | 3,19         | 2,66         | 2,08         | n.a.         | n.a.         |
|                    | <i>Szórás</i>       | 0,48         | 0,82         | 1,49         | 0,78         | 1,92         | 2,27         | 1,62         | 1,28         | n.a.         | n.a.         |
| <b>FSZ SZSZ</b>    | <i>Jelölés (db)</i> | 42           | 22           | 143          | 113          | 17           | 19           | 22           | 15           | n.a.         | n.a.         |
|                    | <i>Átlag</i>        | 0,31         | 2,32         | 0,65         | 0,29         | 4,12         | 4,11         | 3,5          | 2,8          | n.a.         | n.a.         |
|                    | <i>Szórás</i>       | 0,47         | 0,89         | 1,67         | 0,87         | 2,45         | 2,35         | 1,92         | 1,42         | n.a.         | n.a.         |

N=elemszám

15. táblázat: Másik intézmény jelölése, 2008-2013 nyílt napok (db)

| Nyílt nap      | N (db) | Első intézmény | Első szak | Második intézmény | Második szak | Harmadik intézmény | Harmadik szak |
|----------------|--------|----------------|-----------|-------------------|--------------|--------------------|---------------|
| 2008. december | 163    | 74             | 62        | 34                | 32           | 9                  | 8             |
| 2009. január   | 83     | 39             | 38        | 19                | 19           | 5                  | 5             |
| 2009. december | 146    | 89             | 82        | 38                | 33           | 11                 | 9             |
| 2010. január   | 118    | 61             | 59        | 29                | 28           | 6                  | 5             |
| 2010. december | 85     | 51             | 36        | 23                | 19           | 8                  | 7             |
| 2011. január   | 123    | 77             | 59        | 33                | 28           | 6                  | 5             |
| 2011. december | 110    | 53             | 49        | 23                | 22           | 1                  | 1             |
| 2012. január   | 86     | 48             | 46        | 24                | 24           | 10                 | 9             |
| 2012. december | 60     | 17             | 15        | 3                 | 2            | 1                  | 1             |
| 2013. január   | 56     | 21             | 19        | 10                | 7            | 1                  | 0             |

N=elemszám

16. táblázat: Kivel érkeztek a válaszadók, 2012/13 tanév nyílt napok (db)

| Nyílt nap      | N  | Egyedül | Barátokkal | Szülővel |
|----------------|----|---------|------------|----------|
| 2012. december | 60 | 4       | 50         | 6        |
| 2013. január   | 56 | 3       | 51         | 3        |

N=elemszám

17. táblázat: Tájékozottság és segítség hasznosságának változása, 2008-2013 nyílt napok

| Nyílt nap                | Szülők |       |        | Osztálytársak |       |        | Osztályfőnök |       |        | Iskola |       |        |
|--------------------------|--------|-------|--------|---------------|-------|--------|--------------|-------|--------|--------|-------|--------|
|                          | N (db) | Átlag | Szórás | N (db)        | Átlag | Szórás | N (db)       | Átlag | Szórás | N (db) | Átlag | Szórás |
| 2008. december           | 162    | 2,88  | 1,03   | 162           | 3,31  | 0,93   | n.a.         | n.a.  | n.a.   | 162    | 3,65  | 1,09   |
| 2009. január             | 80     | 3,09  | 1,17   | 80            | 3,16  | 1,04   | n.a.         | n.a.  | n.a.   | 80     | 3,59  | 1,24   |
| 2009. december           | 145    | 3,01  | 1,12   | 144           | 3,58  | 1,10   | 144          | 3,22  | 1,27   | 145    | 3,65  | 1,16   |
| 2010. január             | 116    | 3,17  | 1,06   | 117           | 3,59  | 1,00   | 116          | 3,51  | 1,10   | 117    | 3,83  | 1,01   |
| 2010. december           | 84     | 2,88  | 1,05   | 85            | 3,46  | 0,91   | 84           | 3,20  | 1,20   | 85     | 3,67  | 1,10   |
| 2011. január             | 121    | 2,74  | 1,17   | 121           | 3,36  | 1,05   | 121          | 3,31  | 1,15   | 120    | 3,80  | 0,98   |
| 2011. december           | 110    | 2,84  | 1,11   | 110           | 3,28  | 1,00   | 110          | 3,15  | 1,28   | 110    | 3,72  | 1,04   |
| 2012. január             | 85     | 2,93  | 1,14   | 85            | 3,18  | 0,94   | 85           | 2,98  | 1,21   | 85     | 3,54  | 0,95   |
| 2012. december           | 58     | 3,12  | 1,04   | 56            | 3,20  | 1,07   | 56           | 2,86  | 1,12   | 57     | 3,61  | 0,84   |
| 2013. január<br>segítség | 56     | 3,66  | 0,94   | 56            | 2,64  | 1,09   | 56           | 2,63  | 1,31   | 56     | 3,23  | 1,35   |

N=elemszám

18. táblázat: Nyílt napról való tájékozódáshoz használt információforrások, 2008-2013 nyílt napok

| Források                   |        | 2008. 12. | 2009. 01. | 2009. 12. | 2010. 01. | 2010. 12. | 2011. 01. | 2011. 12. | 2012. 01. | 2012. 12. | 2013. 01. |
|----------------------------|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| osztályfőnökök             | %      | n.a.      | n.a.      | 29,45     | 38,46     | 34,12     | 22,76     | 40,00     | 20,93     | 24,14     | 29,63     |
|                            | N (db) | n.a.      | n.a.      | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 58        | 56        |
| tanár                      | %      | 50,63     | 29,27     | 1,37      | 5,98      | 3,53      | 5,69      | 10,00     | 4,65      | 5,17      | 1,85      |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 58        | 56        |
| hirdető                    | %      | 25,00     | 31,71     | 34,93     | 39,32     | 23,53     | 32,52     | 33,64     | 20,93     | 27,12     | 46,30     |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |
| rokon                      | %      | 3,13      | 9,76      | 6,16      | 9,40      | 9,41      | 13,82     | 13,64     | 25,58     | 11,86     | 12,96     |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |
| a vizsgált kar hallgatója  | %      | 2,50      | 6,10      | 14,38     | 8,55      | 10,59     | 8,94      | 13,64     | 13,95     | 8,47      | 11,11     |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |
| anyaintézmény hallgatója   | %      | 10,00     | 6,10      | 8,90      | 5,13      | 10,59     | 8,94      | 5,45      | 9,30      | 6,78      | 5,5       |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |
| barát                      | %      | 56,25     | 59,76     | 54,11     | 59,83     | 61,18     | 60,16     | 58,18     | 65,12     | 25,42     | 33,33     |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |
| egyetemi újság             | %      | 4,38      | 4,88      | 5,48      | 3,42      | 2,35      | 2,44      | 0,91      | 1,16      | 5,08      | 1,85      |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |
| megyei napilap             | %      | 5,00      | 2,44      | 0,68      | 6,84      | 4,71      | 6,50      | 0,91      | 3,49      | 1,69      | 1,85      |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |
| a vizsgált kar honlapja    | %      | 21,88     | 30,49     | 26,03     | 21,37     | 23,53     | 16,26     | 25,45     | 25,58     | 11,86     | 18,52     |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |
| egyetemi egység honlapja   | %      | 3,75      | 3,66      | 8,22      | 6,84      | 4,71      | 3,25      | 1,82      | 8,14      | 3,39      | 0,00      |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |
| anyaintézmény honlapja     | %      | 30,63     | 28,05     | 31,51     | 40,17     | 36,47     | 38,21     | 23,64     | 41,86     | 23,73     | 12,96     |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |
| egyetemi szolgáltató oldal | %      | 1,25      | 1,22      | 2,74      | 3,42      | 0,00      | 1,63      | 0,00      | 1,16      | 1,72      | 0,00      |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 58        | 56        |
| felvi.hu                   | %      | 100,00    | 100,00    | 37,67     | 44,44     | 55,29     | 55,28     | 41,82     | 45,35     | 52,54     | 33,33     |
|                            | N (db) | 13        | 5         | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |
| egyetemi kiállítás         | %      | 11,25     | 7,32      | 16,44     | 15,38     | 11,76     | 8,13      | 14,55     | 11,63     | 11,86     | 3,70      |
|                            | N (db) | 160       | 82        | 146       | 117       | 85        | 123       | 110       | 86        | 59        | 56        |

N=elemszám

19. táblázat: Miről hallana a nyílt napon, 2008-2013 nyílt napok (%)

| <b>Témák</b>                                | <b>2008.<br/>12.</b> | <b>2009.<br/>01.</b> | <b>2009.<br/>12.</b> | <b>2010.<br/>01.</b> | <b>2010.<br/>12.</b> | <b>2011.<br/>01.</b> | <b>2011.<br/>12.</b> | <b>2012.<br/>01.</b> | <b>2012.<br/>12.</b> | <b>2013.<br/>01.</b> |
|---------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>N (db)</b>                               | <b>161</b>           | <b>81</b>            | <b>146</b>           | <b>117</b>           | <b>85</b>            | <b>123</b>           | <b>110</b>           | <b>86</b>            | <b>59</b>            | <b>56</b>            |
| <i>Felvételi eljárás szabályai</i>          | 24,84                | 25,93                | 30,82                | 23,08                | 36,47                | 35,77                | 47,27                | 44,19                | 44,07                | 33,93                |
| <i>Felvételi követelményei</i>              | 59,63                | 49,38                | 54,79                | 51,28                | 70,59                | 58,54                | 60,00                | 56,98                | 58,62                | 46,43                |
| <i>Mit fogok tanulni</i>                    | 79,50                | 82,72                | 75,34                | 81,20                | 82,35                | 81,30                | 60,91                | 73,26                | 77,97                | 62,50                |
| <i>Mit csinál egy közgazdász</i>            | 65,84                | 62,96                | 65,75                | 69,23                | 70,59                | 72,36                | 53,64                | 58,14                | 54,24                | 46,43                |
| <i>Kutatási lehetőségek</i>                 | 8,70                 | 6,17                 | 8,22                 | 3,42                 | 12,94                | 8,13                 | 12,73                | 3,49                 | 10,17                | 12,50                |
| <i>Idege- nyelv tanulási lehetőségek</i>    | n.a.                 | n.a.                 | 43,15                | 44,44                | 42,35                | 42,28                | 31,82                | 41,86                | 28,81                | 35,71                |
| <i>Szakmai gyakorlat</i>                    | 50,31                | 44,44                | 39,04                | 35,04                | 47,06                | 37,40                | 30,00                | 48,84                | 40,68                | 41,07                |
| <i>Kollégium</i>                            | 23,60                | 37,04                | 37,67                | 23,08                | 25,88                | 21,14                | 23,64                | 23,26                | 10,17                | 16,07                |
| <i>Hallgatói szervezetek</i>                | 11,18                | 17,28                | 13,01                | 10,26                | 18,82                | 14,63                | 4,55                 | 12,79                | 6,78                 | 14,29                |
| <i>Továbbtanulási lehetőségek</i>           | 32,30                | 37,04                | 38,36                | 35,90                | 40,00                | 34,96                | 30,91                | 37,21                | 27,59                | 35,71                |
| <i>Elhelyezkedési lehetőségek</i>           | 67,08                | 61,73                | 63,45                | 60,68                | 69,41                | 63,41                | 46,36                | 55,81                | 48,28                | 58,93                |
| <i>Külföldi ösztöndíjak</i>                 | 40,37                | 35,80                | 39,73                | 42,74                | 43,53                | 34,15                | 30,00                | 39,53                | 35,59                | 30,36                |
| <i>Diploma megszerzésének követelményei</i> | 36,02                | 34,57                | 39,04                | 41,88                | 47,06                | 41,46                | 35,45                | 24,42                | 35,59                | 39,29                |
| <i>Diploma megszerzésének költségei</i>     | 26,71                | 13,58                | 21,23                | 23,93                | 32,94                | 21,95                | 15,45                | 19,77                | 23,73                | 26,79                |
| <i>Ösztöndíjak</i>                          | 61,49                | 58,02                | 66,44                | 56,41                | 57,65                | 43,90                | 51,82                | 62,79                | 30,51                | 35,71                |
| <i>Diákélet</i>                             | 59,01                | 51,85                | 65,07                | 54,70                | 60,00                | 57,72                | 43,64                | 43,02                | 20,34                | 39,29                |
| <i>Diákmunka</i>                            | 57,76                | 39,51                | 48,63                | 39,32                | 57,65                | 57,72                | 51,82                | 56,98                | 47,46                | 33,93                |

N=elemszám

20. táblázat: Elkötelezettségre vonatkozó állítások, 2008-2013 nyílt napok

| <b>Nyílt nap</b>      | <b>Előzetes gazdasági ismeretek</b> |          | <b>Már döntött</b> |          | <b>Jelöli a kart</b> |          | <b>Elsőnek jelöli a kart</b> |          | <b>Igazolás nélkül is jönne</b> |          |
|-----------------------|-------------------------------------|----------|--------------------|----------|----------------------|----------|------------------------------|----------|---------------------------------|----------|
|                       | <i>N (db)</i>                       | <i>%</i> | <i>N (db)</i>      | <i>%</i> | <i>N (db)</i>        | <i>%</i> | <i>N (db)</i>                | <i>%</i> | <i>N (db)</i>                   | <i>%</i> |
| <i>2008. december</i> | 160                                 | 50,63    | 160                | 60,63    | n.a.                 | n.a.     | 161                          | 47,83    | 161                             | 86,96    |
| <i>2009. január</i>   | 80                                  | 45,00    | 81                 | 64,20    | 80                   | 62,50    | n.a.                         | n.a.     | 81                              | 95,06    |
| <i>2009. december</i> | 146                                 | 45,21    | 146                | 59,59    | 145                  | 81,38    | 137                          | 43,07    | 141                             | 87,94    |
| <i>2010. január</i>   | 115                                 | 43,48    | 116                | 73,28    | 115                  | 86,09    | 111                          | 52,25    | 115                             | 93,91    |
| <i>2010. december</i> | 85                                  | 50,59    | 84                 | 44,05    | 85                   | 88,24    | 83                           | 46,99    | 85                              | 88,24    |
| <i>2011. január</i>   | 122                                 | 45,08    | 123                | 56,91    | 122                  | 73,77    | 118                          | 27,97    | 118                             | 80,51    |
| <i>2011. december</i> | 109                                 | 60,55    | 109                | 57,80    | 110                  | 85,45    | 109                          | 48,62    | 105                             | 86,67    |
| <i>2012. január</i>   | 86                                  | 59,30    | 86                 | 72,09    | 86                   | 83,72    | 84                           | 47,62    | 84                              | 90,48    |
| <i>2012. december</i> | 59                                  | 49,15    | 58                 | 32,76    | 59                   | 84,75    | 59                           | 35,59    | 57                              | 85,96    |
| <i>2013. január</i>   | 56                                  | 69,64    | 56                 | 41,07    | 56                   | 75,00    | 55                           | 40,00    | 56                              | 89,29    |

N=elemszám

21. táblázat: Szakmai rendezvények és marketingakciók, 2008-2013 nyílt napok

| Állítások                                        |               | 2008.<br>12. | 2009.<br>01. | 2009.<br>12. | 2010.<br>01. | 2010.<br>12. | 2011.<br>01. | 2011.<br>12. | 2012.<br>01. | 2012.<br>12. | 2013.<br>01. |
|--------------------------------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <i>Korábban is részt vett volna rendezvényen</i> | <i>N (db)</i> | 159          | 81           | 143          | 113          | 85           | 122          | 109          | 85           | 58           | 55           |
|                                                  | <i>%</i>      | 67,30        | 74,07        | 62,94        | 68,14        | 68,24        | 68,85        | 76,15        | 62,35        | 79,31        | 65,45        |
| <i>Szívesen látogatná a rendezvényeket</i>       | <i>N (db)</i> | 158          | 79           | 144          | 114          | 84           | 123          | 108          | 86           | 60           | 56           |
|                                                  | <i>%</i>      | 76,58        | 69,62        | 71,53        | 80,70        | 83,33        | 78,86        | 76,85        | 73,26        | 86,67        | 85,71        |
| <i>Szívesen venne részt óralátogatáson</i>       | <i>N (db)</i> | 158          | 81           | 142          | 110          | 83           | 122          | 108          | 86           | 59           | 55           |
|                                                  | <i>%</i>      | 79,11        | 76,54        | 85,21        | 81,82        | 80,72        | 84,43        | 83,33        | 77,91        | 83,05        | 83,64        |
| <i>Volt tájékoztató az iskolájában</i>           | <i>N (db)</i> | 160          | 81           | 143          | 111          | 84           | 121          | 107          | 85           | 57           | 56           |
|                                                  | <i>%</i>      | 7,50         | 4,94         | 5,59         | 0,90         | 1,19         | 6,61         | 7,48         | 2,35         | 21,05        | 19,64        |
| <i>Szeretne tájékoztatót</i>                     | <i>N (db)</i> | 161          | 81           | 139          | 113          | 85           | 118          | 109          | 86           | 54           | 52           |
|                                                  | <i>%</i>      | 91,30        | 79,01        | 87,77        | 84,07        | 90,59        | 81,36        | 90,83        | 81,40        | 75,93        | 82,69        |
| <i>Szeretne részt venni egy szakmai órán</i>     | <i>N (db)</i> | n.a.         | n.a.         | 142          | 113          | 84           | 122          | 109          | 86           | 59           | 56           |
|                                                  | <i>%</i>      | n.a.         | n.a.         | 81,69        | 75,22        | 83,33        | 74,59        | 86,24        | 76,74        | 72,88        | 82,14        |

N=elemszám

22. táblázat: Internetes oldalak használata, 2008-2013 nyílt napok

| Oldalak                            |               | 2008.<br>12. | 2009.<br>01. | 2009.<br>12. | 2010.<br>01. | 2010.<br>12. | 2011.<br>01. | 2011.<br>12. | 2012.<br>01. | 2012.<br>12. | 2013.<br>01. |
|------------------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <i>felvi.hu</i>                    | <i>%</i>      | 96,84        | 95,12        | 95,86        | 95,69        | 95,24        | 100,00       | 90,00        | 98,84        | 93,33        | 91,07        |
|                                    | <i>N (db)</i> | 158          | 82           | 145          | 116          | 84           | 119          | 110          | 86           | 60           | 56           |
| <i>fisz.hu</i>                     | <i>%</i>      | 53,38        | 43,42        | 4,14         | 3,45         | 2,38         | 0,00         | 4,55         | 1,16         | 0,00         | 0,00         |
|                                    | <i>N (db)</i> | 148          | 76           | 145          | 116          | 84           | 119          | 110          | 86           | 59           | 56           |
| <i>okm.gov.hu</i>                  | <i>%</i>      | 100,00       | 83,12        | 26,21        | 37,07        | 35,71        | 22,78        | 30,00        | 29,07        | 21,67        | 25,00        |
|                                    | <i>N (db)</i> | 2            | 77           | 145          | 116          | 84           | 119          | 110          | 86           | 60           | 56           |
| <i>egyetemi szolgáltató honlap</i> | <i>%</i>      | 36,24        | 31,08        | 7,59         | 8,62         | 3,57         | 6,33         | 8,18         | 6,98         | 6,67         | 3,57         |
|                                    | <i>N (db)</i> | 149          | 74           | 145          | 116          | 84           | 119          | 110          | 86           | 60           | 56           |
| <i>anyaintézmény honlapja</i>      | <i>%</i>      | 83,55        | 73,42        | 53,79        | 60,34        | 61,90        | 26,58        | 55,45        | 58,14        | 30,00        | 44,64        |
|                                    | <i>N (db)</i> | 152          | 79           | 145          | 116          | 84           | 119          | 110          | 86           | 60           | 56           |
| <i>a kar honlapja</i>              | <i>%</i>      | 48,32        | 40,00        | 15,86        | 16,38        | 19,05        | 39,24        | 19,09        | 16,28        | 8,33         | 21,43        |
|                                    | <i>N (db)</i> | 149          | 75           | 145          | 116          | 84           | 119          | 110          | 86           | 60           | 56           |
| <i>egyetemi egység honlap</i>      | <i>%</i>      | 42,67        | 36,84        | 8,97         | 8,62         | 3,57         | 17,72        | 7,27         | 4,65         | 8,33         | 5,36         |
|                                    | <i>N (db)</i> | 150          | 76           | 145          | 116          | 84           | 119          | 110          | 86           | 60           | 56           |

N=elemszám

23. táblázat: Tervek az alapidiploma megszerzése után, 2008-2013 nyílt napok

| Tervek                           |               | 2008. 12. | 2009. 01. | 2009. 12. | 2010. 01. | 2010. 12. | 2011. 01. | 2011. 12. | 2012. 01. | 2012. 12. | 2013. 01. |
|----------------------------------|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <i>Másik alapképzés nappali</i>  | <i>Átlag</i>  | n.a.      | n.a.      | 2,64      | 2,35      | 2,6       | 2,41      | 3,06      | 2,61      | 2,79      | 2,16      |
|                                  | <i>N (db)</i> | n.a.      | n.a.      | 146       | 113       | 82        | 119       | 110       | 83        | 58        | 55        |
|                                  | <i>Szórás</i> | n.a.      | n.a.      | 1,25      | 1,10      | 1,25      | 1,21      | 1,21      | 1,26      | 1,22      | 1,24      |
| <i>Mesterképzés nappali</i>      | <i>Átlag</i>  | n.a.      | n.a.      | 3,9       | 4,01      | 3,88      | 3,61      | 3,78      | 3,54      | 3,55      | 3,49      |
|                                  | <i>N (db)</i> | n.a.      | n.a.      | 143       | 117       | 85        | 119       | 110       | 84        | 56        | 54        |
|                                  | <i>Szórás</i> | n.a.      | n.a.      | 1,19      | 1,13      | 1,29      | 1,38      | 3,76      | 1,29      | 1,25      | 1,61      |
| <i>Másik alapképzés levelező</i> | <i>Átlag</i>  | n.a.      | n.a.      | 1,74      | 1,77      | 2,01      | 1,83      | 2,05      | 1,94      | 1,87      | 1,70      |
|                                  | <i>N (db)</i> | n.a.      | n.a.      | 140       | 112       | 82        | 119       | 108       | 81        | 55        | 52        |
|                                  | <i>Szórás</i> | n.a.      | n.a.      | 1,01      | 0,97      | 1,16      | 1,11      | 1,17      | 1,14      | 0,96      | 0,82      |
| <i>Mesterképzés levelező</i>     | <i>Átlag</i>  | n.a.      | n.a.      | 2,16      | 2,09      | 2,11      | 1,98      | 2,39      | 2,30      | 2,18      | 2,33      |
|                                  | <i>N (db)</i> | n.a.      | n.a.      | 142       | 112       | 82        | 120       | 107       | 81        | 57        | 53        |
|                                  | <i>Szórás</i> | n.a.      | n.a.      | 1,29      | 1,21      | 1,12      | 1,19      | 3,33      | 1,24      | 1,27      | 1,06      |
| <i>FSZ/FOKSZ</i>                 | <i>Átlag</i>  | n.a.      | n.a.      | 2,72      | 2,56      | 2,86      | 2,76      | 2,91      | 2,45      | 2,67      | 2,24      |
|                                  | <i>N (db)</i> | n.a.      | n.a.      | 139       | 111       | 81        | 118       | 108       | 82        | 55        | 53        |
|                                  | <i>Szórás</i> | n.a.      | n.a.      | 1,29      | 1,25      | 1,24      | 1,19      | 1,28      | 1,24      | 1,32      | 1,18      |
| <i>Munkavállalás</i>             | <i>Átlag</i>  | 3,49      | 3,24      | 3,54      | 3,63      | 3,67      | 3,58      | 4,00      | 3,87      | 3,8       | 3,87      |
|                                  | <i>N (db)</i> | 159       | 82        | 145       | 115       | 83        | 119       | 109       | 84        | 54        | 54        |
|                                  | <i>Szórás</i> | 2,31      | 1,95      | 1,04      | 1,11      | 1,21      | 1,12      | 0,92      | 1,12      | 1,20      | 0,88      |
| <i>Vállalkozás</i>               | <i>Átlag</i>  | 0,82      | 1,54      | 2,31      | 2,1       | 2,33      | 2,18      | 2,45      | 2,15      | 2,31      | 2,96      |
|                                  | <i>N (db)</i> | 158       | 82        | 144       | 115       | 82        | 120       | 110       | 84        | 55        | 54        |
|                                  | <i>Szórás</i> | 1,86      | 1,37      | 1,28      | 1,11      | 1,28      | 1,19      | 1,22      | 1,15      | 1,18      | 1,49      |
| <i>Külföld</i>                   | <i>Átlag</i>  | n.a.      | n.a.      | 3,08      | 3,18      | 2,98      | 3,05      | 3,07      | 3,26      | 3,31      | 3,44      |
|                                  | <i>N (db)</i> | n.a.      | n.a.      | 144       | 115       | 83        | 120       | 110       | 85        | 57        | 54        |
|                                  | <i>Szórás</i> | n.a.      | n.a.      | 1,28      | 1,22      | 1,27      | 1,27      | 1,31      | 1,28      | 1,22      | 1,27      |

*N=elemszám*

24. táblázat: Újabb információ, 2008-2013 nyílt napok

| Forrás                          |        | 2008.<br>12. | 2009.<br>01. | 2009.<br>12. | 2010.<br>01. | 2010.<br>12. | 2011.<br>01. | 2011.<br>12. | 2012.<br>01. | 2012.<br>12. | 2013.<br>01. |
|---------------------------------|--------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Tájékoztató<br>füzet            | Átlag  | 4,22         | 4,21         | 4,06         | 4,06         | 4,29         | 4,11         | 3,90         | 4,06         | 3,25         | 3,37         |
|                                 | N (db) | 160          | 77           | 145          | 115          | 83           | 121          | 110          | 85           | 57           | 54           |
| Brosúra                         | Átlag  | 3,47         | 3,76         | 3,39         | 3,60         | 3,99         | 3,38         | 3,43         | 3,40         | 3,55         | 3,30         |
|                                 | N (db) | 152          | 76           | 141          | 115          | 80           | 119          | 109          | 84           | 58           | 54           |
| Plakát                          | Átlag  | n.a.         | n.a.         | 3,32         | 3,32         | 3,46         | 2,99         | 3,56         | 3,77         | 3,14         | 3,02         |
|                                 | N (db) | n.a.         | n.a.         | 141          | 114          | 79           | 120          | 108          | 84           | 56           | 54           |
| Roadshow                        | Átlag  | n.a.         | n.a.         | 3,83         | 3,95         | 4,15         | 3,71         | 4,03         | 3,96         | 3,56         | 3,98         |
|                                 | N (db) | n.a.         | n.a.         | 139          | 113          | 80           | 120          | 107          | 84           | 55           | 54           |
| Hirdetés                        | Átlag  | 2,86         | 2,93         | 2,99         | 2,88         | 2,96         | 2,54         | 2,79         | 3,08         | 2,91         | 2,30         |
|                                 | N (db) | 147          | 71           | 138          | 115          | 81           | 119          | 107          | 85           | 57           | 54           |
| Kari nyílt nap                  | Átlag  | 4,25         | 4,43         | 4,42         | 4,32         | 4,51         | 4,39         | 4,27         | 4,47         | 4,24         | 4,46         |
|                                 | N (db) | 156          | 76           | 144          | 114          | 82           | 119          | 105          | 83           | 54           | 54           |
| Országos<br>kiállítás           | Átlag  | 2,95         | 3,00         | 3,18         | 3,20         | 3,41         | 3,05         | 3,06         | 3,01         | 3,11         | 3,06         |
|                                 | N (db) | 149          | 71           | 139          | 113          | 80           | 118          | 109          | 84           | 56           | 53           |
| Kari vagy<br>egyetemi<br>honlap | Átlag  | 4,48         | 4,61         | 4,38         | 4,50         | 4,54         | 3,56         | 4,32         | 4,40         | 3,70         | 3,51         |
|                                 | N (db) | 159          | 79           | 143          | 111          | 80           | 119          | 110          | 85           | 58           | 53           |
| CD/DVD                          | Átlag  | n.a.         | n.a.         | 3,27         | 3,11         | 3,30         | 2,74         | 2,95         | 3,02         | 2,92         | 2,60         |
|                                 | N (db) | n.a.         | n.a.         | 142          | 112          | 81           | 118          | 110          | 83           | 57           | 53           |
| Közösségi oldal                 | Átlag  | n.a.         | n.a.         | 3,41         | 3,04         | 3,43         | 3,33         | 3,73         | 3,84         | 3,46         | 3,23         |
|                                 | N (db) | n.a.         | n.a.         | 141          | 112          | 80           | 119          | 109          | 85           | 56           | 53           |

N=elemszám

25. táblázat: Egy intézmény vonzerejét meghatározó tényezők, 2008-2013 nyílt napok (%)

| Jellemző                           | 2008.<br>12. | 2009.<br>01. | 2009.<br>12. | 2010.<br>01. | 2010.<br>12. | 2011.<br>01. | 2011.<br>12. | 2012.<br>01. | 2012.<br>12. | 2013.<br>01. |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| N (db)                             | 162          | 81           | 146          | 117          | 85           | 122          | 110          | 86           | 60           | 56           |
| Híres oktató                       | 11,11        | 6,17         | 13,70        | 8,55         | 8,24         | 15,57        | 9,09         | 3,49         | 23,33        | 19,64        |
| Vállalati szakember                | n.a.         | n.a.         | 43,15        | 37,61        | 41,18        | 34,43        | 48,18        | 37,21        | 40,00        | 50,00        |
| Külföldi oktató                    | n.a.         | n.a.         | 55,48        | 34,19        | 37,65        | 36,07        | 32,73        | 43,02        | 36,67        | 48,21        |
| Tudományos<br>eredmények           | 38,27        | 50,62        | 39,04        | 41,03        | 43,53        | 39,34        | 39,09        | 36,05        | 21,67        | 26,79        |
| Híres anyaintézmény                | 45,68        | 61,73        | 40,41        | 56,41        | 51,76        | 46,72        | 45,45        | 40,70        | 31,67        | 26,79        |
| Színes szakmai élet                | 53,09        | 39,51        | 50,68        | 50,43        | 54,12        | 41,80        | 50,91        | 53,49        | 38,33        | 50,00        |
| Erős képzés                        | 54,32        | 58,02        | 57,53        | 61,54        | 67,06        | 53,28        | 37,27        | 55,81        | 26,67        | 58,18        |
| Biztosított szakmai<br>gyakorlat   | n.a.         | n.a.         | 67,81        | 65,81        | 70,59        | 61,48        | 68,18        | 75,58        | 40,00        | 62,50        |
| Idegen-nyelv tanulási<br>lehetőség | n.a.         | n.a.         | 62,33        | 68,38        | 62,35        | 65,57        | 60,00        | 62,79        | 42,37        | 57,14        |
| Jó elhelyezkedési<br>mutatók       | 77,78        | 81,48        | 75,34        | 76,92        | 84,71        | 79,51        | 69,09        | 74,42        | 68,33        | 66,07        |
| Technikai<br>felszereltség         | 54,94        | 46,91        | 45,89        | 35,04        | 47,06        | 47,54        | 40,00        | 51,16        | 45,00        | 40,00        |
| Diákélet                           | 70,99        | 67,90        | 78,77        | 69,23        | 72,94        | 69,67        | 70,00        | 63,95        | 52,54        | 69,64        |
| Rangsorban elfoglalt<br>hely       | n.a.         | n.a.         | 39,04        | 40,17        | 37,65        | 34,43        | 38,18        | 38,37        | 26,67        | 25,00        |

N=elemszám

26. táblázat: Egyetem, kar, szak, város; 2012. decemberi nyílt nap

| Szempont       | N (db) | Átlag | Szórás | Minimum | Maximum |
|----------------|--------|-------|--------|---------|---------|
| <i>Egyetem</i> | 52     | 2,05  | 1,00   | 1       | 4       |
| <i>Város</i>   | 46     | 2,11  | 1,16   | 1       | 4       |
| <i>Kar</i>     | 51     | 2,68  | 0,94   | 1       | 4       |
| <i>Szak</i>    | 50     | 2,82  | 1,12   | 1       | 4       |

N=elemszám

27. táblázat: Leghitelesebb személy a kar részéről, 2012/13 nyílt napok

| Személy                    | N   | 2012. december |       | 2013. január |       |
|----------------------------|-----|----------------|-------|--------------|-------|
|                            | db  | db             | %     | db           | %     |
| <i>Kar oktatója</i>        | 115 | 30             | 50,85 | 8            | 14,29 |
| <i>Kar hallgatója</i>      | 114 | 27             | 46,55 | 25           | 44,64 |
| <i>Kar volt hallgatója</i> | 115 | 23             | 38,98 | 17           | 30,36 |
| <i>Kar vezetője</i>        | 114 | 21             | 35,59 | 11           | 20,00 |

N=elemszám

28. táblázat: Januári nyílt nap látogatása, 2013. januári nyílt nap

| Szempont                                                            | N (db) | Átlag |
|---------------------------------------------------------------------|--------|-------|
| <i>Részt vett a decemberi nyílt napon is</i>                        | 56     | 0,20  |
| <i>Januárban az Educatio munkatársa miatt jött el</i>               | 11     | 0,02  |
| <i>Januárban azért jött el, mert konkrét szak iránt érdeklődött</i> | 11     | 0,73  |
| <i>Januárban azért jött el, mert konkrét kérdése volt</i>           | 11     | 0,09  |

N=elemszám

29. táblázat: Diplomázás után tervek, 2012-2013 elsősök

| Változó neve          | Tanév   | N (db) | Átlag | Szórás |
|-----------------------|---------|--------|-------|--------|
| <i>Alapképzés N</i>   | 2012/13 | 169    | 1,71  | 0,95   |
|                       | 2013/14 | 147    | 2,27  | 1,22   |
| <i>Mesterképzés N</i> | 2012/13 | 172    | 3,92  | 1,14   |
|                       | 2013/14 | 149    | 3,66  | 1,21   |
| <i>Alapképzés L</i>   | 2012/13 | 167    | 1,61  | 0,95   |
|                       | 2013/14 | 142    | 2,08  | 1,21   |
| <i>Mesterképzés L</i> | 2012/13 | 171    | 2,33  | 1,34   |
|                       | 2013/14 | 140    | 2,51  | 1,42   |
| <i>FOKSZ</i>          | 2012/13 | 167    | 1,45  | 0,80   |
|                       | 2013/14 | 137    | 2,19  | 1,30   |
| <i>Munkavállalás</i>  | 2012/13 | 171    | 3,54  | 1,09   |
|                       | 2013/14 | 144    | 3,67  | 1,04   |
| <i>Vállalkozás</i>    | 2012/13 | 169    | 2,17  | 1,35   |
|                       | 2013/14 | 140    | 2,44  | 1,28   |
| <i>Külföld</i>        | 2012/13 | 170    | 3,10  | 1,36   |
|                       | 2013/14 | 142    | 2,77  | 1,29   |

N=elemszám

30. táblázat: Egy intézmény vonzerejét meghatározó tényezők, 2012-2013 elsősök

| Változó neve                             | 2012/13<br>ötfokozatú skála |       |        |              |               | 2013/14<br>0 = nem és 1 = igen |       |
|------------------------------------------|-----------------------------|-------|--------|--------------|---------------|--------------------------------|-------|
|                                          | N (db)                      | Átlag | Szórás | Átlag<br>kar | Szórás<br>kar | N (db)                         | Átlag |
| Híres oktató                             | 171                         | 3,82  | 1,16   | 3,05         | 1,02          | 170                            | 0,14  |
| Vállalati szakember                      | n.a.                        | n.a.  | n.a.   | n.a.         | n.a.          | 171                            | 0,28  |
| Külföldi oktató                          | 167                         | 3,54  | 1,15   | 2,79         | 1,02          | 171                            | 0,2   |
| Tudományos eredmények                    | n.a.                        | n.a.  | n.a.   | n.a.         | n.a.          | 171                            | 0,26  |
| Híres anyaintézmény                      | 172                         | 4,29  | 0,86   | 4,16         | 0,94          | 171                            | 0,37  |
| Színes tudományos élet                   | 172                         | 3,77  | 0,89   | 3,81         | 0,82          | 171                            | 0,35  |
| Erős képzés                              | 171                         | 3,8   | 1,09   | 3,4          | 0,86          | 171                            | 0,47  |
| Biztosított szakmai gyakorlat            | 172                         | 4,39  | 0,76   | 4,01         | 0,88          | 171                            | 0,45  |
| Idegen-nyelv tanulási lehetőség          | 172                         | 4,43  | 0,79   | 3,71         | 1,12          | 171                            | 0,52  |
| Jó elhelyezkedési mutatók                | 172                         | 4,7   | 0,61   | 3,91         | 0,89          | 171                            | 0,57  |
| Fiatal oktatók                           | 172                         | 3,09  | 1,10   | 3,61         | 0,92          | 171                            | 0,17  |
| Magas színvonalú technikai felszereltség | 172                         | 4,13  | 0,94   | 3,98         | 0,91          | 171                            | 0,26  |
| Diákélet                                 | 172                         | 4,37  | 0,94   | 4,12         | 0,96          | 171                            | 0,53  |
| Rangsorban elfoglalt hely                | n.a.                        | n.a.  | n.a.   | n.a.         | n.a.          | 171                            | 0,26  |
| Továbbtanulási lehetőség                 | 171                         | 4,5   | 0,69   | 4,05         | 0,95          | 171                            | 0,36  |
| Könnyű bekerülni                         | 172                         | 2,95  | 1,29   | 2,72         | 1,04          | 171                            | 0,06  |
| Juttatások                               | 171                         | 3,91  | 1,18   | 2,65         | 1,21          | 171                            | 0,11  |
| Kollégiumi lehetőségek                   | 171                         | 3,16  | 1,61   | 3,61         | 1,30          | 171                            | 0,08  |

N=elemszám

31. táblázat: Iskolai tájékoztatóval való elégedettség, ötfokozatú skálán mérve, 2013/14-es tanév, elsős

| Változó neve                      | N (db) | Átlag | Szórás | Minimum | Maximum |
|-----------------------------------|--------|-------|--------|---------|---------|
| Elégedettség az információval     | 47     | 3,72  | 1,04   | 1       | 5       |
| Elégedettség az előadó stílusával | 47     | 3,81  | 1,08   | 1       | 5       |

N=elemszám

32. táblázat: Közös kérdések, 2013/14-es tanév első

| Kérdés                                                           | Változó neve                  | N (db) | „igen” jelölés (db) |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------|---------------------|
| <b>Hogyan hatottak a döntésére a mástól hallott információk?</b> | <i>Pozitívan hatottak rá</i>  | 131    | 98                  |
|                                                                  | <i>Negatívan hatottak rá</i>  | 131    | 3                   |
|                                                                  | <i>Nem hatottak rá</i>        | 131    | 30                  |
| <b>Honnan tájékozódott a karról?</b>                             | <i>felvi.hu</i>               | 136    | 103                 |
|                                                                  | <i>anyaintézmény honlapja</i> | 136    | 47                  |
|                                                                  | <i>a kar honlapja</i>         | 136    | 19                  |
|                                                                  | <i>Barátok</i>                | 136    | 61                  |
|                                                                  | <i>Osztálytársak</i>          | 136    | 24                  |
|                                                                  | <i>Tanárok</i>                | 136    | 23                  |
|                                                                  | <i>Kar hallgatója</i>         | 136    | 29                  |
|                                                                  | <i>Kar volt hallgatója</i>    | 136    | 16                  |
|                                                                  | <i>Mástól</i>                 | 136    | 3                   |

N=elemszám

33. táblázat: A nyílt napra látogatók kérdései, 2013/14 tanév első

| Kérdés                                                       | Változó neve                            | N (db) | „igen” jelölés (db) |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|--------|---------------------|
| <b>Miért a januári nyílt napra jött el?</b>                  | <i>Educatio munkatársa miatt</i>        | 37     | 6                   |
|                                                              | <i>Szak iránt érdeklődik</i>            | 37     | 24                  |
|                                                              | <i>Kérdése volt</i>                     | 37     | 1                   |
|                                                              | <i>Ezt tervezte</i>                     | 37     | 5                   |
|                                                              | <i>Hallott a decemberi nyílt napról</i> | 37     | 4                   |
|                                                              | <i>Más miatt</i>                        | 37     | 1                   |
| <b>A nyílt nap tapasztalatai hogyan hatottak a döntésre?</b> | <i>Pozitív irányba befolyásolta</i>     | 67     | 45                  |
|                                                              | <i>Negatív irányba befolyásolta</i>     | 67     | 5                   |
|                                                              | <i>Nem befolyásolta</i>                 | 67     | 17                  |
| <b>Kinek mesélt a nyílt napos tapasztalatairól?</b>          | <i>Szüleinek</i>                        | 67     | 50                  |
|                                                              | <i>Osztályfőnökének</i>                 | 68     | 17                  |
|                                                              | <i>Barátainak</i>                       | 68     | 28                  |
|                                                              | <i>Osztálytársainak</i>                 | 68     | 31                  |
|                                                              | <i>Senkinek</i>                         | 68     | 7                   |

N=elemszám

34. táblázat: Miért nem jött el a kar nyílt napjára?, 2013/14 tanév első, N=95

| Okok                             | „igen” jelölés (db) |
|----------------------------------|---------------------|
| <i>Nem hallott róla</i>          | 23                  |
| <i>Máshová ment</i>              | 5                   |
| <i>Már hallott róla, jól</i>     | 33                  |
| <i>Már hallott róla, rosszat</i> | 3                   |
| <i>Más miatt</i>                 | 6                   |

N=elemszám

## 2. Melléklet: Statisztikai adatokat tartalmazó táblázatok

35. táblázat: *t*-próba elemzési adatok a kar jelölésének biztossága szerint (biztos, hogy jelöl, vagy nem), 2008-13 tanév nyílt napok (csak a legalább 5%-on szignifikáns különbségek)

| Változó                                                        | <i>t</i> -próba értéke | Szabadsági fok | Szignifikancia szint | Átlagok különbsége<br>(nem biztos-biztos) |
|----------------------------------------------------------------|------------------------|----------------|----------------------|-------------------------------------------|
| Mennyire tartja tájékozottnak szüleit a karról?                | -3,107                 | 790            | 0,002                | -0,30                                     |
| Szívesen jutna további információhoz tájékoztatófüzetből       | -4,016                 | 838            | 0,000                | -0,39                                     |
| Szívesen jutna további információhoz plakátról                 | -2,119                 | 749            | 0,035                | -0,27                                     |
| Szívesen jutna további információhoz roadshow alkalmával       | -4,477                 | 745            | 0,000                | -0,44                                     |
| Szívesen jutna további információhoz hirdetésekben             | -3,170                 | 819            | 0,002                | 0,31                                      |
| Szívesen jutna további információhoz kari nyílt nap alkalmával | -5,640                 | 823            | 0,000                | -0,43                                     |
| Szívesen jutna további információhoz országos kiállításon      | -2,667                 | 815            | 0,008                | -0,30                                     |
| Szívesen jutna további információhoz interneten keresztül      | -2,715                 | 829            | 0,007                | -0,20                                     |
| Szívesen jutna további információhoz CD-n vagy DVD-n           | -2,337                 | 749            | 0,019                | -0,28                                     |

36. táblázat: *t*-próba elemzési adatok a kar elsőként jelölésének biztossága szerint (biztos, hogy elsőként jelöl, vagy nem), 2008-13 tanév nyílt napok (csak a legalább 5%-on szignifikáns különbségek)

| Változó                                                                       | <i>t</i> -próba értéke | Szabadsági fok | Szignifikancia szint | Átlagok különbsége<br>(nem biztos-biztos) |
|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------|----------------------|-------------------------------------------|
| Mennyire tartja tájékozottnak szüleit a karról?                               | -2,686                 | 852            | 0,007                | -0,20                                     |
| Mennyire tartja tájékozottnak osztálytársait a karról?                        | 2,504                  | 851            | 0,012                | 0,18                                      |
| Felsőoktatási vagy felsőfokú szakképzésen tanul tovább a diplomaszerezés után | -2,217                 | 723            | 0,034                | -0,20                                     |
| Külföldre megy a diplomaszerezés után                                         | 2,239                  | 742            | 0,025                | 0,21                                      |
| Szívesen jutna további információhoz tájékoztatófüzetből                      | -2,109                 | 903            | 0,035                | -0,16                                     |
| Szívesen jutna további információhoz roadshow alkalmával                      | -2,388                 | 731            | 0,017                | -0,18                                     |
| Szívesen jutna további információhoz hirdetésekben                            | -2,401                 | 880            | 0,017                | -0,18                                     |
| Szívesen jutna további információhoz kari nyílt nap alkalmával                | -4,571                 | 889            | 0,000                | -0,27                                     |
| Szívesen jutna további információhoz országos kiállításon                     | -2,791                 | 880            | 0,005                | -0,23                                     |
| Szívesen jutna további információhoz interneten keresztül                     | -3,141                 | 894            | 0,002                | -0,19                                     |

37. táblázat: *t*-próba elemzési adatok az adatfelvétel hónapja szerint (január vagy december),  
2008-13 tanév nyílt napok (csak a legalább 5%-on szignifikáns különbségek)

| Változó                                                                            | <i>t</i> -próba<br>értéke | Szabadsági<br>fok | Szignifikancia<br>szint | Átlagok<br>különbsége<br>(jan. – dec.) |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------|-------------------------|----------------------------------------|
| Alapképzésen tanul tovább<br>nappali tagozaton a<br>diplomaszerzés után            | 4,223                     | 761               | 0,000                   | 0,37                                   |
| Felsőoktatási vagy felsőfokú<br>szakképzésen tanul tovább a<br>diplomaszerzés után | 2,721                     | 745               | 0,007                   | 0,25                                   |
| Vállalkozásban fog dolgozni a<br>diplomaszerzés után                               | -2,337                    | 1002              | 0,018                   | -0,22                                  |

38. táblázat: *t*-próba elemzési adatok az állandó lakhely szerint (helyi vagy nem helyi lakos),  
2008-13 tanév nyílt napok (csak a legalább 5%-on szignifikáns különbségek)

| Változó                                                         | <i>t</i> -próba<br>értéke | Szabadsági<br>fok | Szignifikancia<br>szint | Átlagok<br>különbsége<br>(nem helyi - helyi) |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------|-------------------------|----------------------------------------------|
| Mennyire tartja tájékozottnak<br>szüleit a karról?              | 2,842                     | 955               | 0,005                   | 0,21                                         |
| Vállalkozásban fog dolgozni a<br>diplomaszerzés után            | -2,825                    | 996               | 0,005                   | -0,26                                        |
| Szívesen jutna további<br>információhoz plakátról               | 2,162                     | 749               | 0,031                   | 0,28                                         |
| Szívesen jutna további<br>információhoz hirdetésekben           | 3,051                     | 966               | 0,002                   | 0,22                                         |
| Szívesen jutna további<br>információhoz interneten<br>keresztül | 4,452                     | 989               | 0,000                   | 0,24                                         |
| Szívesen jutna további<br>információhoz közösségi<br>oldalakon  | 2,172                     | 748               | 0,030                   | 0,20                                         |

39. táblázat: *t*-próba elemzési adatok a kitöltő neme szerint, 2008-13 tanév nyílt napok (csak a legalább 5%-on szignifikáns különbségek)

| Változó                                                        | <i>t</i> -próba értéke | Szabadsági fok | Szignifikancia szint | Átlagok különbsége (férfi – nő) |
|----------------------------------------------------------------|------------------------|----------------|----------------------|---------------------------------|
| Mennyire tartja tájékozottnak szüleit a karról?                | -2,611                 | 956            | 0,009                | -0,20                           |
| Mennyire tartja tájékozottnak osztálytársait a karról?         | -2,456                 | 955            | 0,014                | -0,18                           |
| Mennyire tartja tájékozottnak osztályfőnökét a karról?         | -3,163                 | 712            | 0,002                | -0,32                           |
| Mennyire tartja tájékozottnak iskoláját és tanárait a karról?  | -4,149                 | 956            | 0,000                | -0,30                           |
| Vállalkozásban fog dolgozni a diplomaszerzés után              | 5,161                  | 998            | 0,000                | 0,51                            |
| Szívesen jutna további információhoz tájékoztatófüzetből       | -8,379                 | 1003           | 0,000                | -0,62                           |
| Szívesen jutna további információhoz roadshow alkalmával       | -2,202                 | 749            | 0,028                | -0,18                           |
| Szívesen jutna további információhoz hirdetésekben             | -3,449                 | 971            | 0,001                | -0,26                           |
| Szívesen jutna további információhoz kari nyílt nap alkalmával | -5,483                 | 983            | 0,000                | -0,32                           |
| Szívesen jutna további információhoz broszúrákról              | -6,257                 | 984            | 0,000                | -0,50                           |
| Szívesen jutna további információhoz interneten keresztül      | -2,798                 | 993            | 0,005                | -0,16                           |

40. táblázat: *t*-próba elemzési adatok a kitöltő neme szerint, 2012-13 tanév beiskolázott elsősök (csak a legalább 5%-on szignifikáns különbségek)

| Változó                                                                   | <i>t</i> -próba értéke | Szabadsági fok | Szignifikancia szint | Átlagok különbsége (férfi – nő) |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------|----------------------|---------------------------------|
| A továbbtanulási döntésnél hányadiknak választott várost?                 | -2,471                 | 276            | 0,014                | -0,38                           |
| Mestertagozaton tanul tovább nappali tagozaton a diploma megszerzése után | -3,366                 | 314            | 0,001                | -0,47                           |
| Vállalkozásban fog dolgozni a diplomaszerzés után                         | 2,582                  | 302            | 0,010                | 0,42                            |

41. táblázat: *t*-próba elemzési adatok a beiskolázás éve szerint, 2012-13 tanév beiskolázott elsősök (csak a legalább 5%-on szignifikáns különbségek)

| Változó                                                                   | <i>t</i> -próba értéke | Szabadsági fok | Szignifikancia szint | Átlagok különbsége (2012.09-2013.09.) |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------|----------------------|---------------------------------------|
| Másik alapképzést végez majd el nappali tagozaton a diplomaszerzés után   | -4,591                 | 314            | 0,000                | -0,56                                 |
| Mestertagozaton tanul tovább nappali tagozaton a diploma megszerzése után | 2,017                  | 319            | 0,045                | 0,27                                  |
| Másik alapképzést végez majd el levelező tagozaton a diplomaszerzés után  | -3,850                 | 307            | 0,000                | -0,47                                 |
| Felsőoktatási szakképzésen tanul tovább a diplomaszerzés után             | -2,633                 | 342            | 0,009                | -0,34                                 |
| Külföldre megy a diplomaszerzés után                                      | 2,213                  | 310            | 0,028                | 0,33                                  |

42. táblázat: *t*-próba elemzési adatok a nyílt napos és a gólyák közötti különbségek azonosítására

| Változó                                                                   | Kohorsz | <i>t</i> -próba értéke | Szabadsági fok | Szignifikancia szint | Átlagok különbsége (gólya – nyílt napos) |
|---------------------------------------------------------------------------|---------|------------------------|----------------|----------------------|------------------------------------------|
| Másik alapképzést végez majd el nappali tagozaton a diplomaszerzés után   | A       | -9,824                 | 360            | 0,000                | -1,16                                    |
| Mestertagozaton tanul tovább nappali tagozaton a diploma megszerzése után | A       | 3,561                  | 364            | 0,000                | 0,44                                     |
| Másik alapképzést végez majd el levelező tagozaton a diplomaszerzés után  | A       | -3,440                 | 354            | 0,001                | -0,39                                    |
| Felsőoktatási szakképzésen tanul tovább a diplomaszerzés után             | A       | -11,378                | 360            | 0,000                | -1,30                                    |
| Munkát vállal a diplomaszerzés után                                       | A       | -3,683                 | 362            | 0,000                | -0,41                                    |
| Másik alapképzést végez majd el levelező tagozaton a diplomaszerzés után  | B       | 2,083                  | 247            | 0,038                | 0,29                                     |
| Felsőoktatási szakképzésen tanul tovább a diplomaszerzés után             | B       | -4,118                 | 278            | 0,000                | -0,70                                    |
| Külföldre megy a diplomaszerzés után                                      | B       | -3,799                 | 251            | 0,000                | -0,61                                    |

3. Melléklet: A kutatás során használt kérdőívek

14-15. ábra: A 2012. decemberi kérdőív

1. Oktatási intézményed neve.....

Típusa: ☐ gimnázium ☐ szakközépiskola ☐ egyéb.....

Települési .....

2. Melyik képzési formára jelentkezél? (többet is megjelölhetsz)

☐ alapképzés (BA/BSz) ☐ felsőoktatási szakképzés ☐ egyéb:.....

3. A következő szakok közül melyikre jelentkezél?

Röviden írd a következő képzések közül azokat, amelyekre jelentkezni szeretnél! Tegyél a pontozott vonalra 1-est oda, ahová leginkább jelentkezni akarsz. 2-est oda, amit az utójelöléssel meg és így tovább. Ha valamelyikre nem akarsz jelentkezni, oda engedélyed és tetsző sorzámod!

|                          | Gazdálkodási és menedzsment nappali tagozat  | ... |
|--------------------------|----------------------------------------------|-----|
| Alapképzés               | Gazdálkodási és menedzsment levelező tagozat | ... |
|                          | Közszolgálati nappali tagozat                | ... |
|                          | Nemzetközi gazdálkodás nappali tagozat       | ... |
| Felsőoktatási szakképzés | Nemzetközi gazdálkodás levelező tagozat      | ... |
|                          | Gazdálkodási és menedzsment                  | ... |
|                          | Nemzetközi gazdálkodás                       | ... |

Egyéb: .....

4. Tervezel-e más intézménybe, szakra is jelentkezni? Ha igen, hová?

| egyetemi/főiskola neve | szak megnevezése |
|------------------------|------------------|
| 1.                     |                  |
| 2.                     |                  |
| 3.                     |                  |

5. Értékeld 1-től 5-ig, hogy mennyire tájékozottak a következők a karról!  
(1 – nincs róla információjuk, 5 – nagyon tájékozottak)

|                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------|---|---|---|---|---|
| szüleid           |   |   |   |   |   |
| osztálytársaid    |   |   |   |   |   |
| osztályfőnököd    |   |   |   |   |   |
| tanáraid, iskolád |   |   |   |   |   |

6. Kivel érkeztél a nyílt napra? (többet is megjelölhetsz)

☐ egyedül ☐ barátokkal/osztálytársakkal ☐ szülővel

7. Kiroli kapott információ lenne számodra meggyőzőbb a karról?  
(többet is megjelölhetsz)

☐ kari vezetője ☐ kar oktatója ☐ kar hallgatója ☐ kar volt hallgatója

8. Hol hallottál, olvastál a nyílt napról? (többet is megjelölhetsz)

☐ középiskolai osztályfőnöködtől ☐ más középiskolai tanártól ☐ iskolai hirdetőtáblán, plakáton ☐ szülőktől, rokonoktól ☐ a karon tanuló vagy itt végzett hallgatótól ☐ anyaintézmény más karán tanuló vagy itt végzett hallgatótól ☐ egyéb barátoktól, ismerősektől ☐ az anyaintézmény saját újságjába ☐ kari újság ☐ megyei napilap ☐ kari honlap ☐ egyetemi egység honlapja ☐ anyaintézmény honlapja ☐ egyetemi szolgáltató honlapja ☐ felvi.hu ☐ egyetemi kiállítás ☐ valamelyik facebook oldalon (jelöld!): ☐ Egyetemi Okari ☐ egyéb:..... ☐ középiskolában a kari, egyetemi oktatók által tartott tájékoztató ☐ helyi autóbuszok monitorain ☐ egyéb:.....

9. Miről hallanál szívesen a nyílt napon? (többet is megjelölhetsz)

☐ felvételi eljárás szabályairól ☐ felvételi követelményekről ☐ „Mit fogok itt tanulni?” ☐ „Mit is csinál egy közgazdász?” ☐ kutatási lehetőségekről és tudományos életéről ☐ idegen nyelv tanulási lehetőségekről ☐ egyetem alatti szakmai gyakorlati lehetőségekről ☐ kollégiumi felvételi eljárásról, kollégiumi helyekről, árakról ☐ hallgatói szervezetekről ☐ diplomázás utáni továbbtanulási lehetőségekről ☐ diplomázás utáni elhelyezkedési lehetőségekről ☐ külföldi ösztöndíj pályázatokról (külföldi tanulási lehetőségek) ☐ diploma megszerzésének követelményeiről („Mit kell teljesítenem a diplomáért?”) ☐ diploma megszerzésének költségeiről („Milyen fizetési kötelezettségeim lesznek?”) ☐ ösztöndíjakról, juttatásokról („Milyen támogatást kaphatok?”) ☐ diákhitelről és egyéb finanszírozási lehetőségekről ☐ diákéletéről és szórakozásról ☐ sportolási lehetőségekről ☐ egyetem alatti munkalehetőségekről

Folytasd a következő oldalon!

68

**10. Döntsd el, igazak-e Kád az alábbi állítások!**

- Korábban már tanultam gazdasági ismereteket. ☐ igen ☐ nem
- Már eldöntöttem, hogy hova jelentkezem. ☐ igen ☐ nem
- Biztos, hogy megjelölöm ezt a kart a jelentkezési lapon. ☐ igen ☐ nem
- Biztos, hogy ide jelentkezem az első helyen. ☐ igen ☐ nem
- Akkor is eljöttem volna ide, ha nem igazolják az iskolai hiányzást ☐ igen ☐ nem
- Már korábban is eljöttem volna a kar szakmai vagy tudományos rendezvényeire, ha értesültem volna róla. ☐ igen ☐ nem
- Szívesen látogatnám a kar szakmai/tudományos rendezvényeit. ☐ igen ☐ nem
- Szeretnék részt venni óralátogatáson. ☐ igen ☐ nem
- Középiskolámban már tartott előadást a kar képviselője a választható szakokról. ☐ igen ☐ nem
- Szeretném, ha a kar oktatója, hallgatója a középiskolámban tartana előadást a szakokról (ha még nem tartott). ☐ igen ☐ nem
- Szeretném, ha középiskolámban egy-egy szakmai órát is tartana a kar valamely oktatója. ☐ igen ☐ nem

**11. Értékelj 1-től 5-ig, hogy mennyire tartod valószínűnek a következő lehetőségeket a diploma megszerzése után!**  
(1 - egyáltalán nem tartom valószínűnek, 5 - nagyon valószínűnek tartom)

- továbbtanulok másik alapképzésen (BA/BSc) nappalis ként 1 2 3 4 5
- továbbtanulok mesterképzésen (MA/MSc) nappali tagozaton 1 2 3 4 5
- továbbtanulok másik alapképzésen (BA/BSc) levelező ként 1 2 3 4 5
- továbbtanulok mesterképzésen (MA/MSc) levelező tagozaton 1 2 3 4 5
- továbbtanulok felsőoktatási szakképzésen nappali tagozaton 1 2 3 4 5
- munkát vállalom 1 2 3 4 5
- családi/saját vállalkozásban dolgozom 1 2 3 4 5
- külföldre megyek 1 2 3 4 5

**12. Mely honlapokat látogattad meg továbbtanulási információért az alábbiak közül (jelöld X-csel)?**

- www.felvi.hu ☐ anyaintézmény honlapja ☐
- www.fisz.hu ☐ kari honlap ☐
- www.okm.gov.hu ☐ egyetemi egység honlap ☐
- egyetemi szolgáltató ☐ www.eduline.hu ☐
- facebook.com ☐ egyéb: .....

**13. Melyiket választottad ki / fogod kiválasztani először, másodjára stb.?**  
(Írj sorozatot a pontozott vonalra! Amelyik egyáltalán nem fontos, azt hagyd üresen!)

..... egyetemet; .... kart; .... szakot; .... várost

**14. Milyen formában jutnál szívesen újabb információkhoz a továbbtanulási lehetőségekről? (1 – nem használnám, 5 – biztosan használnám)**

- 20-30 oldalas tájékoztató füzet 1 2 3 4 5
- broúra, prospektus, szórólap 1 2 3 4 5
- középiskolában elhelyezett plakátok 1 2 3 4 5
- középiskolában szervezett tájékoztató 1 2 3 4 5
- újsághirdetések 1 2 3 4 5
- kari nyílt napok 1 2 3 4 5
- egyetemi nyílt napok 1 2 3 4 5
- országos kiállítások 1 2 3 4 5
- a kar vagy az egyetem honlapján 1 2 3 4 5
- tájékoztató CD vagy DVD 1 2 3 4 5
- hírlévele-maileben 1 2 3 4 5
- nyilvános közösségi oldalakon (pl. facebook) 1 2 3 4 5
- egyéb: ..... 1 2 3 4 5

**15. Mitől lesz vonzó számodra egy kar? (többet is megjelölhetsz)**

- ☐ híres oktatók is tanítanak ott
- ☐ vállalati szakemberek, vezetők is tanítanak ott
- ☐ külföldi egyetemi oktatók is tanítanak ott
- ☐ sok tudományos eredménnyel büszkélkedhet a kar
- ☐ híres anyaintézményhez tartozik
- ☐ színes tudományos és szakmai élet (rendezvények)
- ☐ erős képzés, sok hallgatói siker számai/tudományos versenyeken
- ☐ szakmai gyakorlati lehetőség biztosított (a kar megoldja a hallgatók számára)
- ☐ idegen nyelv tanulási lehetőségek
- ☐ jó elhelyezkedési mutatók
- ☐ fiatal oktatók
- ☐ magas színvonalú technikai felszereltség
- ☐ diákélet és társaság
- ☐ jó helyezést ért el az egyetemirangsorokban (pl. HVG, Felvi, Heti Válasz, Népszabadság)
- ☐ egyéb: .....

**16. Nemedi:** ☐ férfi ☐ nő **17. Születési évéd:** .....

**18. Állandó lakóhelyed (település):** .....

**19. Részt vennél-e olyan kiscsoportos beszélgetésen a kar oktatóival, hallgatóival melynek során a képzéseinkkel szembeni igényeket szeretnénk összegyűjteni?** ☐ igen ☐ nem  
Ha szeretnél az egyetemmel kapcsolatban további hasznos információkat kapni, itt megadhatod e-mail címedet (mellyel nem élünk vissza): .....

**Köszönjük a segítségédet!**

1. Oktatási intézményed neve: .....

Típus: ☐ gimnázium ☐ szakközépiskola ☐ egyéb: .....

Település: .....

2. Részt vettél-e karunk 2012. 12. 11-i nyílt napján is? ☐ igen ☐ nem

**Ha részt vettél, miért jöttél el megint? (Há nem vettél részt, ugorj a 3. kérdésre!)**

☐ Az Educatio munkatársának előadása érdekelt a felvételi rendszerről.

☐ Az első nyílt napon csak tájékoztartam, most már egy konkrét szakiránt érdeklődök.

☐ Egy konkrét kérdésre szeretnék választ kapni.

☐ Egyéb: .....

3. Melyik képzési formára jelentkezel?

☐ alapképzés (BA/BSc) ☐ felsőoktatási szakképzés ☐ mindkettő

4. A következő szakok közül melyikre jelentkezel?

*Rangsorold a következő képzések közül azokat, amelyekre jelentkezni szeretnél! Tegyél a pontozott vonalra 1-est oda, ahová leginkább jelentkezni akarsz, 2-est oda, amit az utódn jelöléssel meg és így tovább. Ha valamelyikre nem akarsz jelentkezni, oda egyáltalán ne tegyél sorzámmot!*

|                          | Gazdálkodási és menedzsment nappali tagozat  | ... |
|--------------------------|----------------------------------------------|-----|
| Alapképzés               |                                              |     |
|                          | Gazdálkodási és menedzsment levelező tagozat | ... |
|                          | Közszolgálati nappali tagozat                | ... |
|                          | Nemzetközi gazdálkodás nappali tagozat       | ... |
|                          | Nemzetközi gazdálkodás levelező tagozat      | ... |
| Felsőoktatási szakképzés | Nemzetközi gazdálkodás                       | ... |

5. Tervezel-e más intézménybe, szakra is jelentkezni? Ha igen, hová?

|    | egyetem/főiskola neve | szak megnevezése |
|----|-----------------------|------------------|
| 1. |                       |                  |
| 2. |                       |                  |
| 3. |                       |                  |

6. Értékelj 1-től 5-ig, hogy mennyire tudtak segíteni neked a következők az intézményválasztásban! (1 – egyáltalán nem, 5 – nagyon nagy mértékben)

|                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------|---|---|---|---|---|
| szüleid           |   |   |   |   |   |
| osztálytársaid    |   |   |   |   |   |
| osztályfőnököd    |   |   |   |   |   |
| tanáraid, iskolád |   |   |   |   |   |

7. Kirol kapott információ lenne számodra a legmeggyőzőbb, ha a képzésről van szó?

☐ kari vezetője ☐ kar oktatója ☐ kar hallgatója ☐ kar volt hallgatója

8. Hol hallottál, olvastál a nyílt napról? (többet is megjelölhetsz)

☐ középiskolai osztályfőnöködtől

☐ más középiskolai tanártól

☐ iskolai hirdetőtáblán, plakáton

☐ szülőktől, rokonoktól

☐ a karon tanuló vagy itt végzett hallgatóktól

☐ az anyaintézmény más kárin tanuló vagy itt végzett hallgatóktól

☐ egyéb barátoktól, ismerősektől

☐ az anyaintézmény saját újságjában

☐ kari újság

☐ megyei napilapban

☐ a kar honlapján

☐ egyetemi egység honlapján

☐ anyaintézmény honlapján

☐ egyetemi szolgálat honlapján

☐ kiállítás on

☐ valamelyik facebook oldalon (jelöld): ☐ egyetemi ☐ kari ☐ egyéb: .....

☐ középiskolában a kari, egyetemi oktatók által tartott tájékoztató

☐ helyi autóbuszok monitorain

☐ helyi villamosok plakátján

☐ egyéb: .....

9. Miro l hallanál szívesen a nyílt napon? (többet is megjelölhetsz)

☐ felvételi eljárás szabályairól

☐ felvételi követelményekről

☐ „Mit fogok itt tanulni?”

☐ „Mit is csinál egy közgazdász?”

☐ kutatási lehetőségekről és tudományos életéről

☐ idegen nyelv tanulási lehetőségekről

☐ egyetem alatti szakmai gyakorlati lehetőségekről

☐ kollégiumi felvételi eljárásról, kollégiumi helyekről, árakról

☐ hallgatói szervezetekről

☐ diplomázás utáni továbbtanulási lehetőségekről

☐ diplomázás utáni elhelyezkedési lehetőségekről

☐ külföldi ösztöndíj pályázatokról (külföldi tanulási lehetőségek)

☐ diploma megszerzésének követelményeiről („Mit kell teljesítenem a diplomáért?”)

☐ diploma megszerzésének költségeiről („Milyen fizetési kötelezettségeim lesznek?”)

☐ ösztöndíjakról, juttatásokról („Milyen támogatást kaphatok?”)

☐ diákhitelről és egyéb finanszírozási lehetőségekről

☐ diákéletéről és szórakozásról

☐ sportolási lehetőségekről

☐ egyetem alatti munkalehetőségekről

☐ egyéb: .....

Folytasd a következő oldalon!

### 10. Döntsd el, igazak-e Rád az alábbi állítások!

- Korábban már tanultam gazdasági ismereteket. ☐ igen ☐ nem
- Már eldöntöttem, hogy hová jelentkezem. ☐ igen ☐ nem
- Biztos, hogy megélelőm ezt a kar a jelentkezési lapon. ☐ igen ☐ nem
- Biztos, hogy ide jelentkezem az első helyen. ☐ igen ☐ nem
- Akkor is eljöttem volna ide, ha nem igazolják az iskolai hiányzást! ☐ igen ☐ nem
- Már korábban is eljöttem volna a kar szakmai vagy tudományos rendezvényeire, ha értesültem volna róla. ☐ igen ☐ nem
- Szívesen látogatnám a kar szakmai/tudományos rendezvényeit. ☐ igen ☐ nem
- Szeretnék részt venni óralátogatáson. ☐ igen ☐ nem
- Középiskolámban már tartott előadást a kar képviselője a választható szakköről. ☐ igen ☐ nem
- Részt vettem az előbb említett előadáson ☐ igen ☐ nem
- Szeretném, ha a kar oktatója, hallgatója a középiskolámban tartana előadást a szakról (ha még nem tartott). ☐ igen ☐ nem
- Szeretném, ha középiskolámban egy-egy szakmai órát is tartana a kar valamely oktatója. ☐ igen ☐ nem

### 11. Ha volt az iskoládban a kar oktatója előadást tartani, mennyire voltál vele elégedett? (1 – egyáltalán nem, 5 – teljes mértékben)

Ha nem vett részt részt, tegyél ide egy X-et: ☐ (Ugorj a 12-es kérdésre!)

Hasznos információkat kaptam ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Előadásmódja, stílusa ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

### 12. Értékeld 1-től 5-ig, hogy mennyire tartod valószínűnek a következő lehetőségeket a diploma megszerzése után! (1 – egyáltalán nem tartom valószínűnek, 5 – nagyon valószínűnek tartom)

- továbbtanulok másik alapképzésen (BA/BSzC) nappali ként ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- továbbtanulok mesterképzésen (MA/MSzC) nappali tagozaton ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- továbbtanulok másik alapképzésen (BA/BSzC) levelező ként ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- továbbtanulok mesterképzésen (MA/MSzC) levelező tagozaton ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- továbbtanulok felsőoktatási szakképzésen nappali tagozaton ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- munkát vállalom ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- csáládi/saját vállalkozásban dolgozom ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- külföldre megyek ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

### 13. Mely honlapokat látogattad meg továbbtanulási információkért az alábbiak közül (jelöld X-szel)!

- www.felvi.hu ☐ anyaintézmény honlapja ☐
- www.fisz.hu ☐ kar honlapja ☐
- www.okm.gov.hu ☐ egyetemi egyiség honlapja ☐
- egyetemi szolgáltató ☐ www.adulina.hu ☐
- facebook.com ☐ egyéb: ☐

### 14. Milyen formában jutnál szívesen újabb információkhoz a továbbtanulási lehetőségekről? (1 – nem használnám, 5 – biztosan használnám)

- 20-30 oldalas tájékoztató füzet ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- broúra, prospektus, szórólap ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- középiskolámban elhelyezett plakátok ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- középiskolámban szervezett tájékoztató ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- újsághirdetések ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- kari nyílt napok ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- egyetemi nyílt napok ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- országos kiállítások ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- a kar vagy az egyetem honlapján ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- tájékoztató CD vagy DVD ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- hírlével e-mailben ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- nyilvános közösségi oldalakon (pl. facebook) ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
- egyéb: ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

### 15. Mitől lesz vonzó számodra egy kar? (többet is megjelölhetsz)

- ☐ híres oktatók is tanítanak ott
- ☐ vállalati szakemberek, vezetők is tanítanak ott
- ☐ külföldi egyetemi oktatók is tanítanak ott
- ☐ sok tudományos eredménnyel büszkélkedhet a kar
- ☐ híres anyaintézményhez tartozik
- ☐ színes tudományos és szakmai élet (rendezvények)
- ☐ erős képzés, sok hallgatói siker szakmai/tudományos versenyeken
- ☐ szakmai gyakorlati lehetőség biztosított (a karmegoldja a hallgatók számára)
- ☐ idegen nyelv tanulási lehetőségek
- ☐ jó elhelyezkedési mutatók
- ☐ fiatal oktatók
- ☐ magas színvonalú technikai felszereltség
- ☐ diákélet és társaság
- ☐ jó helyezést ért el az egyetemirangsorokban (pl. HVG, Felvi, Heti Válasz, Népszabadság)
- ☐ egyéb: ☐

16. Nemed: ☐ férfi ☐ nő **17. Születési év:**

18. Állandó lakóhelyed (település):

19. Kivel érkezel a nyílt napra? ☐ egyedül ☐ barátokkal ☐ szülővel

20. Részt vennél-e olyan kiscsoportos beszélgetésen a kar oktatóival, melynek során a képzéseinkkel szembeni igényeket szeretnénk összegyűjteni? ☐ igen ☐ nem  
Ha szeretnél az egyetemmel kapcsolatban további hasznos információkat kapni, itt megadhatod e-mail címedet (melyet nem élünk vissza):

Köszönjük a segítségedet!

18. ábra: A 2013/14-es tanévben beiskolázott hallgatókkal kitöltött kérdőív

8. Beszélvél valakinek a nyílt nap után az azzal kapcsolatos élményeidről? (többet is megjelölhetsz)

☐ szüleimnek ☐ osztályfőnökömnek ☐ barátaimnak

☐ osztálytársaimnak ☐ nem

9. A továbbtanulási döntés előtt hány felsőoktatási intézmény nyílt napjára látogattál el?

.....

10. Miért nem látogattál el a kar által szervezett nyílt napokra? (többet is megjelölhetsz)

☐ nem hallottam rólok

☐ mások két intézmény nyílt napjára akartam elmenni

☐ nem tartottam fontosnak

☐ már hallottam a nyílt napon elhangzottakról mástól (öt)

☐ már hallottam a nyílt napon elhangzottakról mástól (összesen)

☐ egyéb: .....

11. Amennyiben hallottál mástól a kar nyílt napjáról vagy magáról a karról, az befolyásolta a továbbtanulással kapcsolatos döntésedet? Pozitív irányban, ha utána jobban szeretnél volna ezen a karon továbbtanulni, és negatív irányban, ha kevésbé. (Amennyiben nem hallottál a kar nyílt napjáról vagy a karról mástól, ugorj a 14. kérdésre.)

☐ Igen, pozitív irányba ☐ Igen, negatív irányba ☐ Nem

12. Hol tájékozódhattál a karról a továbbtanulási döntésed meghozatalakor? (többet is megjelölhetsz)

☐ felvétel ☐ barátoktól ☐ a kar hallgatóitól

☐ anyai intézmény honlapja ☐ osztálytársaktól ☐ a kar volt hallgatóitól

☐ kázi honlap ☐ tanároktól ☐ egyéb: .....

13. Ha volt az iskolában a kar oktatója előadást tartani, mennyire voltál vele elégedett? (1 – egyáltalán nem, 5 – teljes mértékben)

Ha nem vett részt, tegyél ide egy X-et: ☐ (Ugorj a 14. kérdésre!)

Hasznos információkat kaptam 1 2 3 4 5

Előadás módja, stílusa 1 2 3 4 5

14. Értékeld 1-től 5-ig, hogy mennyire tartod valószínűnek a következő lehetőségeket a diploma megszerzése után! (1 – egyáltalán nem tartom valószínűnek, 5 – nagyon valószínűnek tartom)

☐ továbbtanulok másik alapképzésen (BA/BSc) nappalisként 1 2 3 4 5

☐ továbbtanulok mesterképzésen (MA/MSc) nappali tagozaton 1 2 3 4 5

☐ továbbtanulok másik alapképzésen (BA/BSc) levelezőként 1 2 3 4 5

☐ továbbtanulok mesterképzésen (MA/MSc) levelező tagozaton 1 2 3 4 5

☐ továbbtanulok felsőoktatási szakképzésen nappali tagozaton 1 2 3 4 5

☐ munkát vállalom 1 2 3 4 5

☐ családi saját vállalkozásban dolgozom 1 2 3 4 5

☐ külföldre megyek 1 2 3 4 5

15. Nemi: ☐ férfi ☐ nő 16. Allandó lakóhelyed (település): .....

17. Milyen típusú középiskola intézménybe jártál?

☐ gimnázium ☐ szakközépiskola ☐ egyéb: .....

1. Amikor a továbbtanulásodról döntöttél, mit választottál ki először, másodjára stb.? (Nyisd ki a sorozatot a pontozott vonalra! A megjelöltet nem volt fontos, azt hagyd üresen!) ..... egyetemet, ..... kart, ..... szakot, ..... várost

2. Mitől lesz vonzó számodra egy kar? (többet is megjelölhetsz)

☐ híres oktatók is tanítanak ott

☐ vállalatok szakemberek, vezetők is tanítanak ott

☐ külföldi egyetemi oktatók is tanítanak ott

☐ sok tudományos eredménnyel büszkélkedhet a kar

☐ híres anyaintézményhez tartozik

☐ színes tudományos és szakmai élet (rendezvények)

☐ erős képzés, sok hallgatói siker szakmai tudományos versenyeken

☐ szakmai gyakorlati lehetőség biztosított (a kar megoldja a hallgatók számára)

☐ idegen nyelv tanulási lehetőségek

☐ jó elhelyezkedési mutatók

☐ fiatal oktatók

☐ magas színvonalú technikai felszereltség

☐ diákélet és társaság

☐ jó helyezett ért el az egyetemi rangsorokban (pl. HVG, Felvi, Heti Válasz)

☐ változatos továbbtanulási lehetőségek

☐ könnyű bekerülni

☐ hallgatói juttatások

☐ kollektív elhelyezkedési lehetőségek

☐ egyéb: .....

3. Rész vettél-e a kar által szervezett beiskolázási nyílt napok valamelyikén?

☐ Igen (válaszolj a 4-8. kérdésekre, majd folytatd a 13. kérdéssel)

☐ nem (ugorj a 9. kérdésre)

4. Melyik beiskolázási nyílt napon vettél részt? (többet is megjelölhetsz)

☐ 2012. december ☐ 2013. január

5. Miért vettél részt a januári nyílt napon? Többet is megjelölhetsz! (Amennyiben nem vettél részt a januári nyílt napon, ugorj a 6. kérdésre.)

☐ Az Educatio munkatársának előadása érdekelt a felvételi rendszerről

☐ Egy konkrét szak iránt érdeklődtem

☐ Egy konkrét kérdésre szerettem volna választ kapni

☐ Eredetileg is csak a januári nyílt napon akartam részt venni

☐ Hallottam a decemberi nyílt napról, és azért jöttem el januárban.

☐ Egyéb: .....

6. Mennyire vettél hasznát a továbbtanulásról való döntésnél a nyílt napon elhangzott információknak? (1 – egyáltalán nem vettem hasznát, 5 – nagyon sokat segített a döntésemnél.) 1 2 3 4 5

7. Befolyásolták-e a nyílt napon elhangzottak a továbbtanulással kapcsolatos döntésedet? (Pozitív irányban, ha a nyílt nap után jobban szeretnél volna ezen a karon továbbtanulni, és negatív irányban, ha kevésbé.)

☐ Igen, pozitív irányban ☐ Igen, negatív irányban ☐ Nem

## 4. Melléklet: A 2012/13-as tanévben beiskolázottakkal végzett kutatás azon kérdései, amelyek jelen elemzésben is részt vettek

### V. Intézményválasztás folyamata

V1. Amikor a továbbtanulásodról döntöttél, mit választottál ki először, másodjára stb.? *(Írj sorszámot a pontozott vonalra! Amelyik egyáltalán nem fontos, azt hagyd üresen!)*

.... egyetemet; .... kart; .... szakot; .... várost

V8. Milyen terveid vannak a diploma megszerzése utáni időszakra? *Jelöld az alábbi lehetőségek valószínűségét a következők szerint: 1 - egyáltalán nem tartom valószínűnek, 5 – nagyon valószínűnek tartom.*

|                                                            |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| továbbtanulok másik alapképzésen (BA/BSc) nappalisként     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| továbbtanulok mesterképzésen (MA/MSc) nappali tagozaton    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| továbbtanulok másik alapképzésen (BA/BSc) levelezőként     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| továbbtanulok mesterképzésen (MA/MSc) levelező tagozaton   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| továbbtanulok felsőoktatási szakképzésen nappali tagozaton | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| munkát vállalok                                            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| családi/saját vállalkozásban dolgozom                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| külföldre megyek                                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

### Q. Intézmény minőségét meghatározó tényezők

Q1. Az alábbi tényezők közül melyik mennyire tesz vonzóvá egy kart, és mennyire van ez meg a vizsgált karon?

*A vonzerő oszlopban azt tüntesd fel, hogy az adott tényező általában mennyire lényeges számodra, a kar oszlopban pedig, hogy szerinted mennyire rendelkezik ezzel karunk! (1 = egyáltalán nem; 5 = maximális mértékben)*

| <u>tényező megnevezése</u>                                           | <u>vonzerő</u> | <u>KAR</u> |
|----------------------------------------------------------------------|----------------|------------|
| híres anyaintézményhez tartozik                                      | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| híres oktatók is tanítanak ott                                       | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| elismert szakemberek (órákon kívül) ingyenesen látogatható előadásai | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| biztosítja a szükséges nyelvi ismeretek elsajátítását                | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| jó technikai, informatikai felszereltség                             | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| jó diákélet és társaság                                              | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| változatos továbbtanulási lehetőségek (mesterszakok, továbbképzések) | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| jó elhelyezkedési esélyek végzés után                                | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| színes tudományos és szakmai élet (rendezvények)                     | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| biztosított szakmai gyakorlat                                        | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| erős képzés, sok hallgatói siker szakmai/tudományos versenyeken      | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| fiatal oktatók                                                       | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| külföldi egyetemi oktatók is tanítanak ott                           | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| hallgatói juttatások                                                 | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |
| kollégiumi elhelyezési lehetőségek                                   | 1 2 3 4 5      | 1 2 3 4 5  |

I4. Mennyire használtad az információgyűjtéshez az alábbi forrásokból származó információkat, amikor a továbbtanulásról döntöttél? (1 = egyáltalán nem; 5 = maximális mértékben; ha valami nem értelmezhető számodra, akkor hagyd üresen!)

|                                                   |   |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Középiskolában elhelyezett plakátokról származó   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Szóróanyagokból (brosúra, szórólap stb.) származó | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| www.felvi.hu-n lévő                               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| a kar honlapján lévő                              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| anyaintézmény honlapján lévő                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

#### D. Demográfiai kérdések

D1. Nemed? ☐ férfi ☐ nő

D2. Szakod? ☐ gazdálkodási és menedzsment ☐ nemzetközi gazdálkodás

D4. Kérünk add meg a település nevét, ahol az állandó lakhelyed van! .....

D5. Mi a jelenlegi legmagasabb iskolai végzettséged?

☐ érettségi (szakközépiskolában)..... tagozat, .....iskola/város

☐ érettségi (gimnáziumban) ..... tagozat, ..... iskola/város