

# Projektalapú oktatás: építőipari cég marketingstratégiáján dolgoztak a Széchenyi István Egyetem hallgatói

A gyakorlati tudást és a projektszemlélet megismerését helyezi fókuszba a győri Széchenyi István Egyetem egyik új kezdeményezése, a Hallgatói Projekt Támogató Program. A most záruló félév során a részt vevő kereskedelem és marketing szakos hallgatók marketingtervet készítettek az építőiparban ismert Hora Csoport számára, amelynek köszönhetően valós vállalati és munkaerőpiaci ismeretekre tettek szert.

A Széchenyi István Egyetem nagy hangsúlyt fektet a hallgatók gyakorlati tudására, e céllal indította el ősztől a [Hallgatói Projekt Támogató Programot](#). A kezdeményezés lényege – a projektszemlélet elsajátításán kívül – a vállalati szféra és a munkaerőpiac megismerése. Szeptembertől 12 képzési program tantervébe került be ez a választható tantárgy, így például a gazdaságinformatikus, a kereskedelem és marketing, a mezőgazdasági mérnök vagy épp a villamosmérnök szakokon.

A Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar kereskedelem és marketing alapszakán tanulók közül 22-en jelentkeztek a projektbe, ők a félév során a térség építőiparának egyik meghatározó szereplője, a Hora Csoport számára terveztek integrált marketingkommunikációs kampányt. A vállalat ipari és mezőgazdasági létesítmények generálkivitelezésére, acélszerkezetek gyártására és szerelésére, valamint tervezési szolgáltatások nyújtására specializálódott, így marketingtevékenységét is a vállalkozások, cégek felé történő kommunikáció határozza meg – a projektcsapatoknak ezt is figyelembe kellett venniük munkájuk során.

A félév elején a hallgatók egy kétnapos intenzív képzésen ismerkedtek meg a marketingkommunikáció és a projektmenedzsment elméleti háttérével, majd a vállalat ügyvezetője, dr. Horváth András mutatta be a Hora Csoport célkitűzéseit és működésének sajátosságait. A csoportokat Bilinovics-Sipos Judit és Horváth Patrícia, a Vezetéstudományi és Marketing Tanszék egyetemi tanársegédei mentorálták, a projektkoordinációt és a szakmai felügyeletet dr. Keller Veronika, a kereskedelem és marketing szak felelőse biztosította.

A csapatok a versenytársak és a hazai jógyakorlatok elemzését követően kreatív ötleteket dolgoztak ki, majd ezek alapján állítottak össze közösségimédia-tervet, a Facebook-, a LinkedIn- és a YouTube-csatornákra, valamint az eseménymarketingre fókuszálva. A projekt eredményeiről végül decemberben, a cég telephelyén számoltak be a fiatalok, akik bemutatták kreatív megoldásaikat a vállalat és az egyetemi Hallgatói Projekt Támogató Központ vezetőinek, valamint a kar oktatóinak.

Dr. Keller Veronika szakfelelős elmondta, hogy a projektalapú, valós vállalati kihívásokra építő feladatok elengedhetetlenek a jövő szakembereinek fejlődéséhez. *„A huszonkét részt vevő hallgató az egész félév során lelkesen dolgozott a feladaton, jó hangulatban folyt a munka, amelyre rengeteg időt szántak. A kisebb csapatok külön foglalkoztak a kampány egyes részeivel, a projekt végén viszont összeérték a szálak, így a záró prezentáción már közösen mutatták be az eredményeket a cégvezetésnek és az egyetem képviselőinek”* – részletezte.

A Hora Csoport ügyvezetője, dr. Horváth András szerint az együttműködés által a vállalat többet kapott, mint amire számított, mert a szemeszter végén a fiatalok igazán kreatív és részletesen kidolgozott tervekkel nyűgözték le a hallgatóságot. *„Ezzel a területtel még nem foglalkoztunk behatóan, de a projekt eredményességét látva van rá esély, hogy a jövőben megvalósítjuk a hallgatók marketingkommunikációs koncepcióját”* – árulta el.

Az egyik résztvevő, a kereskedelem és marketing szakon tanuló Bódis Zsófia a tapasztalatszerzés miatt jelentkezett a projektbe, amelynek során a csoportmunka összehangolását találta a legnehezebb feladatnak. *„Rengeteg előkészítő munkát igényelt a projekt, sok mindent fel kellett mérnünk, figyelembe véve a megrendelő céljait és elvárásait – mondta el a veszprémi hallgató. – Az ehhez hasonló kezdeményezésekhez való csatlakozást csak ajánlani tudom másoknak is, mert jövőbeli szakemberként rengeteget segít a sikeres karrierhez vezető kompetenciák fejlesztésében.”*

Sajtókapcsolat:

- Hancz Gábor, igazgató
- Kommunikációért és Sajtókapcsolatokért Felelős Igazgatóság
- +36 96 503 400/3788
- hancz.gabor@sze.hu



© Széchenyi István Egyetem

A projekt során a fiataloknak az alapoktól kellett felépíteni a cég marketingkommunikációs tervét.



© Széchenyi István Egyetem

A projektzáráson nagy sikerrel mutatták be eredményeiket a cég és az egyetem képviselőinek a kereskedelem és marketing szakos hallgatók.

Eredeti tartalom: Széchenyi István Egyetem

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/18423/projektalapu-oktatas-epitoipari-ceg-marketingstrategiajan-dolgoztak-a-szechenyi-istvan-egyetem-hallgatoi/>