

**Szent István Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar**

„Hallgatói prezentációs nap”

Konferencia kiadvány



SZIE GTK TDK

Időpont: 2016. január 19. (kedd) 14 óra

Helyszín:

Szent István Egyetem, 2100 Gödöllő, Páter Károly u. 1.

101. szemináriumi terem

**Hallgatói prezentációs nap
konferencia kiadvány**

Szerkesztő: Brix Ágnes, Urbánné Treutz Ágnes

Kiadó:

Szent István Egyetem Kiadó

2100 Gödöllő, Páter Károly u. 1.

ISBN 978-963-269-538-9

A kiadvány az NTP-HHTDK-15-0064 "SZIE GTK TDK programjainak támogatása a 2015/16. tanévben" című projekt támogatásával valósult meg, melyet az Emberi Erőforrások Minisztériuma, az Emberi Erőforrás Támogatáskezelő és a Nemzeti Tehetség Program támogat.

Tartalomjegyzék

Konferencia információk	4
Hatvan város településmarketingjének bemutatása	7
Illés Pálma Enikő – Soós Regina KM BA III. évfolyam	
Hajdúszoboszló város településmarketingjének bemutatása	8
Pápai Anna Flóra – Szatmári Szabina KM BA III. évfolyam	
Villány város településmarketingjének bemutatása	9
Kovács Zoltán – Vincze Róbert KM BA III. évfolyam	
Az Invitel Zrt. PR tevékenységének elemzése	10
Tóth Fruzsina – Vámosi Balázs Marketing MSc, II. évfolyam	

Konferencia információk

HALLGATÓI PREZENTÁCIÓS NAP

hallgatói konferencia

SZERVEZŐK

Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Üzleti Tudományok Intézete
Marketingmenedzsment Tanszék
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Tudományos Diákköri Tanácsa

IDŐPONT

2016. január 19. 14 óra

HELYSZÍN

Szent István Egyetem Gödöllői Campus
2100 Gödöllő, Páter Károly u. 1.
101. szemináriumi terem

A konferenciát **Dr. Szabó Zoltán**, a Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Üzleti Tudományok Intézetének Marketingmenedzsment Tanszék vezetője nyitotta meg.



Konferencia Bizottság:

Dr. Szabó Zoltán egyetemi docens

SZIE GTK, Üzleti Tudományok Intézete

Dr. Ugrósdy György egyetemi docens

SZIE GTK, Közgazdaságtudományi, Jogi és Módszertani Intézet

Dr. Nagy Henrietta egyetemi docens

SZIE GTK, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet

Brix Ágnes egyetemi tanársegéd

SZIE GTK, Üzleti Tudományok Intézete

Urbánné Treutz Ágnes PhD hallgató

SZIE GTK, Üzleti Tudományok Intézete



Az alábbi előadások hangoztak el a konferencián:

„Hatvan város településmarketingjének bemutatása”

Illés Pálma Enikő – Soós Regina, KM BA III. évfolyam

„Hajdúszoboszló város településmarketingjének bemutatása”

Pápai Anna Flóra – Szatmári Szabina, KM BA III. évfolyam

„Villány város településmarketingjének bemutatása”

Kovács Zoltán – Vincze Róbert, KM BA III. évfolyam

„Az Invitel Zrt. PR tevékenységének elemzése”

Tóth Fruzsina – Vámosi Balázs, Marketing MSc, II. évfolyam

A program vezetője:

Dr. Szabó Zoltán egyetemi docens

SZIE GTK, Üzleti Tudományok Intézete



A Prezentációs Nap az NTP-HHTDK-15-0064 "SZIE GTK TDK programjainak támogatása a 2015/16. tanévben" című projekt támogatásával valósult meg, melyet az Emberi Erőforrások Minisztériuma, az Emberi Erőforrás Támogatáskezelő és a Nemzeti Tehetség Program támogat."

Hatvan város településmarketingjének bemutatása

Előadó: Illés Pálma Enikő – Soós Regina



Témavezető:

Urbánné Treutz Ágnes PhD hallgató

SZIE GTK, Üzleti Tudományok Intézete

A bemutatónk témájául Hatvan városának bemutatását és elemzését választottuk. Sok pozitív élményünk volt a várossal kapcsolatban, közelsége miatt néha ellátogattunk oda. A város hangulata mindig tetszett mindkettőnknek. Egyetemi tanulmányaink mellett, néhány rendezvényen, sporteseményen, vehettünk részt a városban, aminek köszönhetően vált szívünknek igen kedvessé e hely.

Emellett ezen a településen nemcsak a múltban, de a jelenben is rengeteg fejlesztést indítottak el (beruházások, építkezések), ami a mai Magyarország gazdasági helyzetét is elősegítette. Ezt a jelenleg csökkenő munkanélküliségi ráta mutatja főleg, ami az elmúlt években jelentősen csökkent.

Hatvan városáról a következő vizsgálatokat végeztük el. Először is egy SWOT analízist, majd egy pozicionáló keresztet készítettünk. Továbbá megvizsgáltuk a marketing mix elemeit Hatvan városára. Vizsgálataink során megállapítottuk, hogy Hatvan városának vállalkozásai számos munkát adnak a közeli lakosok számára. Ilyen például a Bosch, melynek Hatvan városa 1998 óta ad telephelyet.

Lehetőségeket láttunk a város fejlesztésében. Nem csak a jövőbeni lakosokra szeretnénk hangsúlyt fektetni, hanem a városba látogató turistákra is. Ezért nem csak magát a városnak a képét szeretnénk javítani (több kerékpárút, hulladékgazdálkodás), hanem több hangsúlyt fektetnénk Hatvan nevezetességeinek felújítására (kórház, múzeumok, sportcsarnok, emlékművek).

Végezetül, ha ezek a fejlesztések megvalósulnának, akkor Hatvan nem csak az ottlakóknak válna kedvessé, hanem az odalátogatóknak is.

Hajdúszoboszló város településmarketingjének bemutatása

Előadó: Pápai Anna Flóra – Szatmári Szabina



Témavezető:

Urbánné Treutz Ágnes PhD hallgató

SZIE GTK, Üzleti Tudományok Intézete

Prezentációnk Hajdúszoboszló városáról szól, melyben röviden bemutatjuk a város statisztikai adatait, amelyeket grafikonok segítségével szemléltetünk. Továbbá elkészítettük a város SWOT analízisét, STEEP elemzését és a 7P segítségével is bemutatjuk a település tulajdonságait. A bemutató legvégén pedig a városra vonatkozó javaslatainkra is kitérünk.

A választásunk azért Hajdúszoboszlóra esett, mert a város sokat fejlődött az elmúlt években és gazdag természeti tulajdonságokkal rendelkezik. Főleg a turisztikában a legerősebb, ami a település fejlesztésének alappillére. Sok energiát fordít arra a város, hogy az ebből adódó lehetőségeket kihasználja és munkahelyeket teremtsen, illetve a szezonálisból adódó hátrányokat kiküszöbölje.

A város legfontosabb természeti kincse a termásvíz, melynek köszönhetően nemzetközi szintű fürdővárossá nőtte ki magát. A gyógyhatású termásvíz a város „alapkőve”. Felépítették Európa legnagyobb fürdőkomplexumát, a Hungarospa-t, melyet folyamatosan fejlesztenek, így ez vonzza legjobban a turistákat a településre.

Bemutatónk kapcsán a város egészét vizsgáltuk, ezek alapján hoztuk létre analíziseinket, és elemzéseinket. Elmondhatjuk, hogy a vizsgálatunk során megtapasztalhattuk, hogy Hajdúszoboszló igen jó imázssal rendelkezik. Az önkormányzat folyamatosan koncentrálna fejlesztésekre, odafigyel a helyi lakosokra, turistákra egyaránt, akiket különböző rendezvényekkel, programokkal, és támogatásokkal próbál megtartani. Kommunikációs és marketingtevékenységükre ugyanúgy odafigyelnek, amelynek eszközéül a település honlapját használják leginkább.

Hajdúszoboszló összességében egy kellemes közösségű, kelet-magyarországi város, mely főleg az egészségügyre, és a turisztikára koncentrálna, amit jelszavában is feltüntet: „Az egészséges élet csak három szó: Gyógyvíz, Napfény, Hajdúszoboszló”. Mindezt természeti kincsének, a termásvíznek köszönheti.

Villány város településmarketingjének bemutatása

Előadó: **Kovács Zoltán – Vincze Róbert**



Témavezető:

Urbánné Treutz Ágnes PhD hallgató

SZIE GTK, Üzleti Tudományok Intézete

A prezentációban számos témakör áttekintésre került, ilyenek például a STEEP, SWOT analízis illetve a 7P alapú marketingstratégia. Ezeket részletes vizsgálat alá vettük és ezen információk alapján készítettük el a prezentációt. Az előadás során megemlítésre kerül Villány történelme, kulturális lehetőségei, gazdasági szintje, és a marketing tevékenysége.

Számunkra fontos információkkal bővült a tudásunk Villánnyal kapcsolatban. A prezentáció készítése során számos problémára és számos lehetőségre hívta fel figyelmünket, melyekre muszáj időt és pénzt áldozni, a jövőre való tekintettel. A prezentációból kiderül, hogy a kis város azzal a veszéllyel néz szembe, hogy elnéptelenednek, és a gazdasági rátájuk emiatt csökkeni fog. Ezt sajnos nehezen lehet kivédeni, mivel a fiatal korosztály inkább a nagyobb városok felé vonzódik. Az is kiderült, hogy a város nagy marketing tevékenységet folytatott, a mai napig folytat, és a jövőben még fontosabb szerepet fog ez játszani, hogy a város még közkedveltebb legyen és, hogy még több új fogyasztót vonzzon be.

Erről a marketingtevékenységről, amit Villány folytat, számos más hely is ihletet meríthetne, hogy reklámozza saját magát. Itt gondolunk azokra a borászati térségekre, amelyeknek nincs nagy keretük, hogy reklámozni tudják magukat. Ez lehetne számukra egy jó megoldás, hogy feltörhessenek a nemzeti piacra.

Magyarországon a borkultúra fontos szerepet játszik, és ezeket a lehetőségeket ki kell használni, hogy még magasabb színvonalra emeljen minket.

Villánynak törekedni és támogatni kell teljes mértékben a borászatokat, mert ők csábítják oda a legtöbb turistát.

Az Invitel Zrt. PR tevékenységének elemzése

Előadó: **Tóth Fruzsina, Vámosi Balázs**

Témavezető:

Brix Ágnes egyetemi tanársegéd

SZIE GTK, Üzleti Tudományok Intézete



Kutatásunk témájául az Invitel Zrt. PR tevékenységének elemzését választottuk. A cég hazánkban az egyik legismertebb távközlési szolgáltatók közé tartozik. Ma már szinte minden és mindenki elérhető az internet segítségével. Pár kattintással online intézhetjük ügyeinket, bevásárlásunkat, tarthatjuk a kapcsolatot rokonainkkal, barátainkkal, illetve villámgyorsan szerezhethetünk és oszthatunk meg információt. A téma aktualitását erősíti a Kormány egy 2014-es határozata, amelyben többek között szerepel, hogy 2018-ig valamennyi háztartás számára elérhető legyen a 30 Mbps sávszélességű internet. Mivel személyes érintettségünk is van a céggel, így lehetővé vált a kutatáshoz szükséges információk megszerzése.

Elemzésünkben bemutattuk a PR-t az Invitel gyakorlatában, ismertettük a célját, fő funkcióit, továbbá vizsgáltuk a megcélzott piaci szegmenst is. Kitértünk a cég lógójának és vizuális megjelenésének használatára, valamint a vállalati kommunikáció során alkalmazott elemekre is. Az Invitel nagy és sikeres vállalként fontosnak tartja, hogy kiemelt figyelmet fordítson mások támogatására. A cégnél komoly hangsúlyt fektetnek a társadalmi szerepvállalásra, amelyet többek között művészeti események és alapítványok szponzorálása, támogatása révén valósítanak meg. A cégen belül kiemelten figyelnek a jó alkalmazotti viszony megteremtésére és fenntartására. Fontos a cég számára a dolgozóinak elégedettsége, amelyet számos eszköz és rendezvény segítségével próbálnak növelni.

A kutatásunk során bemutattuk a cég külső PR tevékenységét is, amelyben kitértünk a fogyasztói, felügyeleti és média kapcsolatokra, valamint az értékesítési hálózatra is. Továbbá ismertettük a személyes- és csoportkommunikációt a cégben, illetve a tömegkommunikáció során használt eszközöket.

Elemzésünk végén a bemutatott és felhasznált anyagok alapján ismertettük ötleteinket és javaslatokat tettünk a cég számára a jövőt illetően. Többek között javasoljuk az Invitel számára ingyenes (számítás) technikai oktatások szervezését időskorúak számára, ezáltal is felelős szolgáltatóként megjelenve a társadalomban.