

Felsőoktatási nemzetközi marketing - díjazott projektek 2014

| | |
|-------------------------------------|--|
| Projekt címe | MLA - Gerillamarketing Mesterfokon |
| Intézmény/Szervezeti Egység | Budapesti Corvinus Egyetem |
| Résztvevők | Fábián Sára |
| Kiinduló szükséglet/kihívás | Tájépítészeti Kar új nemzetközi (angol nyelvű) Master of Arts in Landscape Architecture (MLA) programjának népszerűsítése, a képzés beindítása. |
| Kitűzött cél | Az MLA képzés marketing tervének kidolgozása és annak megvalósítása külföldi hallgatók toborzása érdekében. |
| Megvalósítás menete | <p>A marketing stratégia kidolgozása magával vonta a megoldandó feladatok sorát:</p> <p>KAPCSOLATÉPÍTÉS - INFORMÁLÁS Partnerségek feltérképezése - meglévő kapcsolatrendszerek (Corvinus, Erasmus, ügynök) kiaknázása.</p> <p>KOMMUNIKÁCIÓ/ PROMÓCIÓ - MEGGYŐZÉS A képzés Wikipédia, Masterstudies, Masterportal felületein való megjelentetése - effektív érdeklődők számának mérése - 3 hónap alatt több mint 100 érdeklődő.</p> <p>Szakmai oldalakon való megjelenés - IFLA, Le:Notre, ELASA.</p> <p>Szakmai csoportok felkutatása Facebookon, Linkedinen, csatlakozás - kb 50 csoportban való jelenlét - folyamatos célcsoportra fókuszált reklámozás.</p> <p>MLA Facebook oldal létrehozása - folyamatos „post”-olás a mesterképzéssel kapcsolatban - majdnem 7000 „like”-oló.</p> <p>Képzést népszerűsítő fiatalos, lendületes promovideó megvalósítása.</p> <p>Reklámozás néhány web alapú ingyenes hirdetést megengedő folyóiratban (Landscape architecture in Japan, Tájépítészek, Építészfórum stb.)</p> <p>ELŐREMUTATÓ KOMMUNIKÁCIÓ - ÉRDEKLŐDÉS FENNTARTÁSA Folyamatos jelenlét köztudatban (postolás a Facebookon, weboldal) a képzés részleteiről, folyamatos információnyújtás az érdeklődőknek.</p> |
| Elért eredmények | Az MLA képzés nemzetközi ismertsége jelentősen megnövekedett, 2014 szeptemberében a program elindult. |
| Fenntartás, továbbfejlesztés tervei | <p>Eredmények vizsgálata - tanulságok</p> <p>Konkurencia részletes kielemezése - konkurencia vagy partner?</p> <p>Új partnerségek felkutatása - double/multi degree lehetőségének vizsgálata</p> <p>Szolgáltatás versenyképességének optimalizálása - belső tényezők - oktatás, felszereltség, oktatói személyzet, adminisztratív személyzet, kiegészítő szolgáltatások - elégedettség mérés alapján</p> <p>Kommunikáció (kapcsolat) - weboldal fejlesztése, információcsatornák kitisztítása, diákok mozgósítása</p> <p>Marketing (piac) - ügynökök bevetése, vásárok optimalizálása - kollégák kiküldése, laikus kollégák informálása</p> <p>Promóció (reklám) - papír alapú, internetes - szóróanyag fejlesztése, komolyabb kiadvány, komolyabb film, prezi készítése</p> |