

NEMZETKÖZI FELSŐOKTATÁSI MARKETING ISMERETEK KÉPZÉS ÉS FELSŐOKTATÁS NEMZETKÖZI FEJLESZTÉSÉÉRT DÍJ PÁLYÁZATAINAK SZAKMAI BÍRÁLATA ÖSSZEFOGLALÓ



PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR



Fojtik János - Kuráth Gabriella
Felsőoktatás nemzetköziesítése szakmai
konferencia

Intézményi versenyképesség és promóció szekció
2015. január 14.



Felsőoktatási nemzetközi marketing ismeretek felsőoktatási intézmények munkatársai számára

1. Felsőoktatási marketing alapok nemzetközi kontextusban (Lányi Beatrix, PhD)

Marketing-alapfogalmak a felsőoktatásban, szervezet/üzletág marketingstratégiája, környezetelemzési módszerek, marketingtervezés és marketingaudit fontossága, a célpiaci marketing nemzetközi vonulata és a kínálat elemei általában (szolgáltatások, ár, márka, reputáció)

2. Nemzetközi piaci stratégiai választások és alkalmazási területek a felsőoktatási szervezetekben (Kuráth Gabriella, PhD)

Marketinginformációs rendszer kialakítása és működtetése a felsőoktatásban, a fogyasztói magatartás elemzése, mint stratégiai kutatási terület a felsőoktatásban, versenystratégiák és együttműködési stratégiák (stratégiai szövetségek, hálózatok) elemzése, mint stratégiai kutatási terület, marketingkommunikációs alapok, tervezés, a beiskolázási marketing alapjai - vonzerőfejlesztés

3. A hallgatói mobilitás - nemzetközi és hazai tendenciák. A nemzetközi beiskolázási marketing tevékenység célja, szükségessége (Komlódiné Pozsgai Gyöngyi, PhD)

A nemzetközi beiskolázási stratégia marketing- és kommunikációs elemei, fő értékesítési csatornák, a hallgatóknak nyújtott szolgáltatások az ajánlatadástól az alumni szervezet működtetéséig, a külföldi hallgatók egyetemválasztási motivációi, szempontjai, a külföldi hallgatói elégedettség növelésének lehetséges eszközei

4. Nemzetközi felsőoktatási intézmények és szervezetek (Fojtik János, PhD)

A felsőoktatási nemzetközi marketing környezete, az Európai Egységes Felsőoktatási Térség és a Bologna-folyamat, a magyar felsőoktatás az EU-ban, az EFT-ben, a felsőoktatási szervezetek nemzetköziesedése, a nemzetköziesedés két (passzív, aktív) változata, nemzetközi online marketing trendek és esettanulmányok





A képzés felépítése

- A kurzus felépítése: a klasszikus módszertan szerint
- Gyakorlatorientált megközelítés
- Esettanulmányok
- Visszajelzések figyelése, menet közbeni módosítás - pl. online trendek, módszerek, eszközök



Magyar felsőoktatás

- Intézményi összefogás
- Jó gyakorlatok megismerése - egymás tapasztalatából tanulni

Felsőoktatási intézmények

- A nemzetközi szervezeti részleg és helye a felsőoktatási intézmény szervezetében
- Világos célok, elvárások
- Költségvetés - befektetésként kezelni, a mérhetőséget kidolgozni

Intézményi munkatársak

- Intézményen belüli együttműködés
- A team munka jelentősége - gyakorlati tapasztalatok megosztása, szinergiák
- A kollégák - a hozzáállás fontossága, marketing szemléletmódú kollégák
- Gyakorlat mellett elméleti alapok



10 tipp a nemzetköziesítéshez

1. Nemzetközi tervekhez való kapcsolódás, kiemelt stratégiai elemek meghatározása, világos célok
2. Szervezeti megoldások fontossága, a nemzetközi szervezet helye az intézményi szervezetben
3. Karok együttműködése, intézményen belüli kommunikáció - közös erőforrás-felhasználás
4. Nem marketinges kollégák gyakorlatorientált képzése
5. Célcsoport-orientáció mellett márkamenedzsment
6. Adatbázis-marketing újragondolása
7. Piackutatások fontossága, a tervezés alapja
8. Integrált kommunikáció, piackutatás eredményei alapján strukturált kampányterv
9. Mérhetőség - beiskolázási kampányok hatékonyságmérése
10. Új kihívásokra rugalmas válasz - pl. virtuális mobilitás, élményszerűség megjelenése





KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!

fojtik@ktk.pte.hu

kurath.gabriella@pte.hu

