

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar
Számviteli és Pénzügyi Intézet

**Út a jövő hallgatóihoz! – Beiskolázási programok szerepe a
szakorientációban**

**Path to the students of the future! – The role of schooling
programs in major orientation**

Kántor Lászlóné Kányási Zsuzsanna

Közgazdásztanár jelölt

Közgazdásztanár mesterszak

Konzulens neve: Dr. Fenyves Veronika

egyetemi tanár

Debrecen

2026

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	2
1. Szakirodalmi áttekintés	4
1.1. Felsőoktatásban végbement változások	4
1.1.1. Felsőfokú intézmények integrációja.....	4
1.1.2. Bolognai rendszer – Bologna Declaration	4
1.1.3. Bolognai rendszer, mint többciklusú rendszer bevezetése.....	5
1.1.4. Kredit-pont alapú tanulmányi rendszer.....	6
1.2. Felsőfokú intézménybe történő továbbtanulás.....	6
1.2.1. Felsőfokú felvételi szabályok 2024-től.....	7
1.2.2. Intézményi pontok a felsőoktatásban.....	7
1.3. Felsőoktatás kihívásai	8
1.4. Beiskolázási marketing	10
1.4.1. Beiskolázási kérdőívek eredményei	12
1.4.2. Beiskolázási nyílt napok tapasztalatai marketing szempontból	13
1.5. Felsőoktatási intézmények területi szempontú vizsgálata	14
1.6. Gazdaságtudományi képzés népszerűsége.....	15
1.7. Középiskolák típusai Magyarországon.....	15
1.7.1. Középiskolák szerepe a felvételi döntésekben	16
1.8. Felsőfokú továbbtanulási döntéseket befolyásoló tényezők.....	16
1.9. Z generáció.....	17
1.9.1. Z generáció digitális világhoz való viszonya	17
1.9.2. Z generáció pályaválasztása	18
2. Anyag és módszer	19
2.1. Elemzett adatok bemutatása.....	19
2.2. Alkalmazott módszertan	20
3. Eredmények és azok értékelése	22
4. Következtetések és javaslatok	48
4.1. SWOT-analízis	50
4.1.1. A Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Beiskolázási csoportjának SWOT-elemzése	50
Összefoglalás.....	52
Irodalomjegyzék	54

Bevezetés

A felsőoktatás az utóbbi évtizedekben jelentős átalakuláson ment keresztül, mely kihívásokkal teli időszakot indított el és tart napjainkig is. A tapasztalható demográfiai változások hatást gyakorolnak a hallgatói létszámra, a fiatalok pályaválasztással kapcsolatos bizonytalansága is jelen van, ezáltal a felsőoktatási intézményeknek kiemelt prioritássá vált a tudatos és célzott beiskolázási tevékenység. Dolgozatomban a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Beiskolázási csoportja által szervezett programok népszerűségét, eredményességét vizsgálom primer kutatás segítségével.

E téma jelentősége vitathatatlan, hiszen a felsőoktatási intézmények célja egyrésztől minél több jelentkező bevonása, másrésztől figyelemmel kell lenni arra, hogy a jelentkezők érdeklődési köre és képességei alapján a választott képzés sikert nyújtson számukra. A felvett hallgatók tanulmányainak eredményessége hosszú távon hatással van az intézmény sikerességére és a munkaerőpiaci illeszkedésre is. Komplex problémaként vetődik fel, hogy a beiskolázási csoport tevékenysége nem csak operatív funkció, hanem egyben stratégiai és marketing tevékenység is, melyek egymással összefüggő tevékenységek, ezáltal külön-külön nem kezelhetők.

Témafelvetés indoklásaként elmondható, hogy minden felsőoktatási intézmény fokozott figyelmet fordít a középiskolás fiatalok megszólítására, orientálására a legváltozatosabb programok megrendezésén keresztül – például: nyílt nap, pályaaorientációs nap, tematikus előadások, táborok, tudományos tevékenységek becsatlakozás formájában. Ekkor felvetődik a kérdés, hogy e programok alkalmasak-e arra, hogy a tanuló az érdeklődési körének megfelelő szakot válasszon, illetve a döntés megalapozott-e a részéről? A felsőoktatási intézmények mára már egyre több erőforrást fordítanak – humán, anyagi, kommunikációs – a beiskolázási programok megszervezésére és ez egyben kulcsfontosságú elemmé is vált. Ezzel segítséget adnak a diákoknak, hogy az érdeklődési körüknek megfelelő pályát válasszanak, a tehetségek megmutatkozzanak.

Célkitűzés: feltárni a beiskolázási csoport által szervezett programok hatékonyságát, azok eredményességét, majd a résztvevőkre gyakorolt hatások vizsgálata, a levont következtetések alapján stratégiai, marketing változtatásokra történő javaslattevés. Célcsoport a középiskolában tanuló fiatalok. Fontos momentum, hogy a vizsgálat során érintett Z generáció online preferenciái is említésre kerüljenek, hiszen elengedhetetlen, hogy az oktatási intézmények (középiskolák, egyetemek) is lépést tartsanak a Z generációra jellemző érdeklődési körökkel,

technikai eszközeik használatához kapcsolódó kompatibilis módszerekkel. Fókuszban az a megállapítás, hogy a Z generáció, mint fogyasztói réteg, merőben más, eltérő szemlélettel választ felsőoktatási intézményt továbbtanulásához, mint korábbi generációk tagjai.

Az online formában készített kérdőíves felmérés eredményeinek elemzésével, a következtetések levonásával és javaslattétellel zárul az értékelő fejezet.

Összességében megállapítható, hogy a felsőoktatási intézmények toborzási stratégiáját folyamatos fejlődés kell, hogy kövesse. Az egyetemre jelentkezők helyzete sem könnyű, a rendszer bonyolultsága nehezen érthető és követhető számukra. Sokrétű információt kell értelmezniük, mielőtt a jelentkezést beadják. Fontos azonban megjegyezni, hogy a Beiskolázási csoport többek között e nehézség feloldására is jött létre.

1. Szakirodalmi áttekintés

E fejezetben rövid betekintést teszek a felsőoktatásban végbement változásokról és azok hatásairól, e tényezőknek köszönhetően napjainkra jellemző aktuális kihívásait taglalom. Fókuszban áll a középiskolás tanulók pályaaorientációja, mely a beiskolázás, toborzás folyamatában állítja nehéz feladatok elé a felsőoktatási intézményeket. Érintőlegesen említést teszek a Z generációról, hiszen mára már a jövő egyetemistái között találjuk sokukat, s az ő preferenciájukhoz igazodik a marketing és PR kommunikáció, melynek célja a pozitív hírnév, bizalom kiépítése és fenntartása hosszú távon.

1.1. Felsőoktatásban végbement változások

„Miért van állandóan napirenden a felsőoktatás szerkezeti konfigurációjának kérdése? – kérdezi Teichler (2007, 1–2.). Válaszában a következőket mondja: A felsőoktatás formája és mérete a felsőoktatás társadalmi szerepére mutat rá. Például: mennyire fontos a gazdaság, a társadalom és a kultúra számára szisztematikus tudás? ...A felsőoktatási rendszer kvantitatív-strukturális fejlődése attól függ, hogy egy adott társadalom mennyire értékeli forrásallokáció tekintetében a felsőoktatást, ami a prioritásokról is tájékoztat.” (Szolár, 2009:96).

1.1.1. Felsőfokú intézmények integrációja

Felsőoktatási intézmények integrációja 2000. január 1-jével kezdődött, mely azt eredményezte, hogy versenykéesebb egyetemek jöttek létre (Polónyi, 2023).

Rébay (2002) tanulmányában megfogalmazza: Az integráció egyik célja az volt, hogy megkönnyébbítse a felsőoktatási intézményekben az interdiszciplináris szakok indítását, valamint lehetővé váljék a szorosabb együttműködés nemcsak a képzésben, a kutatásban és a pályázatokban. A mai világ, a gazdaság szektorai ugyanis megkövetelik a multi-, illetve interdiszciplináris szemléletet.

1.1.2. Bolognai rendszer – Bologna Declaration

Bolognában 1999. június 19-én írták alá Európa Oktatási Miniszterei azt a Nyilatkozatot, melyben az európai felsőoktatási térség létrehozása a cél és elősegíti a polgárok mobilitását és munkaerőként történő alkalmazhatóságát az európai kontinensen. Az európai felsőoktatási rendszer nemzetközi versenyképességének javítását is megfogalmazza, ezáltal összehasonlítható fokozatot adó képzési rendszer bevezetése kell, hogy megvalósuljon. A

Bologna Declaration kimondja, hogy a tradíció szerint értelmezett egyetemi diplomát csak azok a végzett hallgatók szerezhetik meg, akik a mesterképzés keretében is indított szakokat már elvégezték (Hamza, 2013).

Bókay és Derényi (2010) véleménye szerint a magyar felsőoktatás nem maradhatott ki a felsőoktatás átalakításából, mert ennek következményeként Európával szemben behozhatatlan hátrányba került volna az egyetemi képzés. Az egész kontinens szintjén szükséges a végrehajtás annak érdekében, hogy hatékony és globális szinten versenyképes tudást-generáló háttér teremtsjön. Mára ez a képzési forma nagy segítségére van a tanulni vágyóknak, hiszen új és új választási lehetőséget tud biztosítani, akár egy pályamódosításra is rugalmas keretek között. A bolognai folyamat hangsúlya az, hogy minden képzési szinten megszerezhető végzettség megfelelő szakképzettséggel és munkaerőpiaci értékkel rendelkezzen.

A bolognai nyilatkozat kihangsúlyozza az egész életen át tartó tanulást, s ez kapcsolódik a foglalkoztatási politikához, magával hozza a kreditrendszer helyes kiépítését. Vonzóvá kell tenni az oktatást, a felsőoktatási intézmények presztízsének növelése mellett cél az európai diplomák világszerte történő elismertetése. A munkaerőpiacnak alapvető érdeke, hogy a felsőoktatásból kikerült hallgatók minél szélesebb választékban álljanak rendelkezésre munkavállalóként (Bander et al., 2012).

A felsőoktatás dinamizmusa az utóbbi évtizedekben tetten érhető. Teichler (2009) két aspektust ajánl figyelmünkbe a Bologna-folyamat kapcsán. Véleménye szerint a gyakorlati és akadémiai képzés szembeállításával kapcsolatos vita évtizedek óta jelen van, melyet nem a Bologna-folyamat okozott. Továbbá megállapítja, hogy minden fokozat esetében szakmai alkalmazhatóságot vár el. A képzési szerkezet leginkább tantervi/tartalmi kérdéssé vált, ahol a kérdés az volt, hogy mennyi ideig tart egy képzés, nem pedig az, hogy milyen képzési és kimeneti eredményekkel jár.

A Bologna-folyamat kezdetben a képzési szerkezet hasonlóságot tételezett annak érdekében, hogy a hasonló képzettségek elősegítsék a mobilitást (Szolár, 2009).

1.1.3. Bolognai rendszer, mint többciklusú rendszer bevezetése

A Bolognai-rendszer bevezetésére 2006-ban került sor Magyarországon, így azóta többciklusú képzésről beszélhetünk. Ennek célja az volt, hogy Európán belüli egységesség jellemezze a felsőoktatást. Akkor még a sok feladatmegoldást látták sokan e változásban, erős kételkedések

merültek fel oktatói oldalról, de a következő években már egyre kedvezőbben vélekedtek az intézményekben történő megvalósulásról (Derényi, 2019).

1.1.4. Kredit-pont alapú tanulmányi rendszer

Magyarországon a bolognai rendszer bevezetése előtt már nem volt ismeretlen a kreditrendszer fogalma, bár ennek ellenére sokféle probléma detektálható a rendszer teljes alkalmazását illetően. Az oktatáspolitikai előterében elsősorban a kredit kumulatív funkciója állt, mintsem az átviteli funkció. A kreditátvitel célja a már megszerzett ismeretekhez rendelt kreditek hordozhatóságának biztosítása a különböző országok közötti intézményekbe, mely a tantervhez rendelt modulok között is alkalmazható (Derényi, 2019).

Európai kreditátviteli- és gyűjtési rendszer – ECTS – angolul: European Credit Transfer and Accumulation System, mely az európai tagállamokban a hallgatók felsőoktatási tanulmányainak átláthatóságát és elismerését teszi lehetővé, elősegítve ezzel a hallgatói mobilitást és az országok közötti tanulmányi fokozatok összehasonlíthatóságát, tehát az ECTS az átszámítás technikai eszközéül szolgál (Temesi, 2007).

Ennek előzményeként az úgynevezett Tuning-projekt González és Wagenaar, (2003) 2001-ben a kompetencia alapú oktatási programok elméleti háttérét kívánta vizsgálni, majd ajánlásokat fogalmazott meg tudományáganként arra vonatkozóan, hogyan alakítsunk ki output szemléletű oktatási programokat. Az akkor 15 ország felsőoktatási intézményeit magába foglaló munkacsoport a kredit fogalmát meghatározta: „a kredit a hallgatói munkaterhelést azzal az eszmei időráfordítással méri, amely meghatározott tanulási eredmények eléréséhez szükséges” (Temesi 2007:217).

1.2. Felsőfokú intézménybe történő továbbtanulás

A 2011. évi CCIV. törvény rendelkezik a nemzeti felsőoktatásról. A Kormány 87/2015. (IV. 9.) Korm. rendelete a nemzeti felsőoktatásról szóló 2011. évi CCIV. törvény egyes rendelkezéseinek végrehajtásáról szól. A törvény célja a felsőoktatás színvonalának emeléséhez, a versenyképes tudás átadásához és megszerzéséhez szükséges feltételrendszer megteremtése, a felsőfokú intézményrendszer működésének biztosítása. E törvény értelmében a magyar felsőoktatás a Bologna-rendszerre épül, alap-, mester- és doktori képzési szintek

jellemzik. Osztatlan képzés megmaradt néhány szak esetében, s 2013. szeptemberétől lehet választani a Felsőfokú szakképzettséget biztosító Felsőoktatási szakképzést (FOSZK).

A képzés struktúrája valójában 3 szintű a doktori képzéssel vagy 4 szintűnek is mondható a felsőoktatási szakképzéssel (Polónyi, 2023).

1.2.1. Felsőfokú felvételi szabályok 2024-től

Polónyi (2024) írásában utalást tesz, hogy a 339/2022. (IX.7.) kormányrendelet az emelt szintű érettségit, mint általános felvételi követelményt, hatályon kívül helyezte. Ezzel egyidejűleg a rendelet úgy módosította a 423/2012. kormányrendeletet, hogy az új pontszámítás szerint a jelentkező felvételi összpontszáma a középiskolai osztályzatai és az érettségi vizsgákon elért százalékos eredményei átlaga alapján legfeljebb 200 tanulmányi pont, valamint a meghatározott érettségi vizsgaeredményei alapján legfeljebb 200 érettségi pont. A 100 intézményi pontot a felsőoktatási intézmény által meghatározott követelmények alapján lehet szerezni.

A fiatalok esetében Veresné Valentinyi (2023) határozottan kijelenti, hogy a diploma megszerzésének feltételeként előírt nyelvvizsga eltörlése kapcsán csábítást érezhetnek az egyetemi oktatásba történő jelentkezéshez, de ez véleménye szerint rövid távú hasznot jelent. A hallgató nem lesz motivált idegennyelv tanulására, a korábbi tanulmányaiból szerzett tudás megfakul és majd mikor a diplomát megszerzi, a munkaerőpiacon még sem lesz lehetősége a vágyott állás megszerzésére, hiszen az interjúbeszélgetések sok esetben idegen nyelven folynak. Ezen túlmenően az egyetemi tanulmányai alatt is hátrány érheti, nem tud belefolylni nemzetközi tanulmányok, szakirodalmak, cikkek megismerésébe, emellett külföldi egyetemeken történő tanulmányokat sem tervezhet a megfelelő nyelvtudás hiánya miatt. Következtetésében említést tesz arról, hogy a gyengébb hallgatók is bekerülnek egyetemi képzésre, melynek előrevetíthető a lemorzsolódás valószínűsége.

1.2.2. Intézményi pontok a felsőoktatásban

Jelentős változást hozott a 2024-es év a felsőoktatásba történő jelentkezéshez kapcsolódó intézményi pontok terén. A központi szabályozás helyett a felsőoktatási intézmények maguk szabályozhatják és dönthetik el, hogy milyen szempontok szerint vesznek figyelembe intézményi pontokat és azok igazolásának módját. Az intézményi többletpontok maximuma 100 pont, amely az 500 pontos rendszerben jelentőséggel bír – 20 % –, ezáltal lehetőség nyílt arra, hogy a képzési terület és szak számára a legmegfelelőbbet vegyék figyelembe azon

szempontok közül, melyek a legjobban segítik a beiskolázási stratégiát, ezáltal az intézmény és a képzés jellegével összhangban legyen. Új elemként a munkatapasztalat többletponttal történő „jutalmazása” több helyen bekerült. A rugalmas felvételi eljárás lehetővé teszi a felsőoktatási intézmények autonómiáját, a helyi sajátosságokra épülő képzéstervezést, hallgatói toborzást. Amennyiben munkaerőhiány tapasztalható valamely ágazatban, nagyobb ösztönzést tud eszközölni a bekerülés terén az érintett képzési területre. (Goldfárthné Veres, 2023).

Józsa (2020) kutatásában bizonyosságot nyert, hogy az emelt érettségi és a nyelvvizsga, mint többlet pontot adó tényezők, jelentősen megemelik a felvételi összpontszámot és ezt tovább gondolva megállapítja, hogy aki emelt érettségit tesz, tanulási képessége megfelelő ahhoz, hogy egyetemi tanulmányokat folytasson, s egyben motivációja is megfelelő, ezáltal a lemorzsolódás aránya is jóval kisebb mértékű.

1.3. Felsőoktatás kihívásai

Az oktatásban végbemenő demográfia csökkenése már a 2000-es évek közepétől érzékelhető, melynek következményeként a szakképzés szerkezetének változását is tapasztalhatjuk, s a szakma tanulása kitolódik (Kozma, 2022).

Negatív demográfiai tendenciák jelentkeztek, mely kevesebb érettségizőt, éleződő versenyt eredményezett az intézmények között. Ahhoz, hogy az egyetemek meg tudják tartani emelkedő tendenciáikat az egyes karokra történő jelentkezések számának vonatkozásában, komoly erőfeszítéseket, stratégiai váltásokat kell véghez vinni, úgy mint új képzési igények kielégítése, új célcsoportokra történő fókuszálás. A hallgatólétszám alakulásában 2012-től esés következett be, 2018-tól kezdődött lassú növekedés, míg 2018. után lassult a csökkenés üteme (Polónyi, 2025).

A gazdasági rendszerekben technikai és technológiai változások mentek végbe, melyet már tudásalapú gazdasággént is definiáltak. „Szükségessé vált a felsőoktatás képzési kínálatának, oktatási szolgáltatásainak és a képzési szerkezetnek a folyamatos megújítása, az ismeretátadás módszereinek, eszközeinek minőségelvű fejlesztése.” (Veres, 2010:174). Jól rávilágít a jövőbeni szoros együttműködés szükségességére a gazdálkodó- és oktatási szervezetek között, melynek következménye tudáscsere és kooperáció.

Marketingkommunikáció egyre gyorsabb változásait érzékelhetjük. Marketingstratégiai szempontból fókuszálni kell arra, hogy a Z generációt a felsőoktatási intézmény hatékonyan

hogyan tudja megszólítani, ezért folyamatos figyelemmel kell lenni média szokásaikra. A beiskolázási kampány során a korábban használt marketingcsatornák már nem elég hatásosak, a grafikai anyagok is elavultak – olvashatjuk a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar tanulmányában, melynek kutatása a kreatív csoportos vizsgálaton, a szemkamerás megfigyelésen és online kérdőíven alapult (Berki & Kéri, 2023).

Az oktatási intézmények egyre jobban felismerik a marketingtevékenység fontosságát, emellett a marketing kommunikációs eszközök alkalmazását. Kérdés, hogy a leendő tanulóknak (vagyis a fogyasztóknak) milyen igénye merül fel az információk megszerzésének folyamatában, valamint hogyan lehet a fogyasztókat meggyőzni a nyújtott szolgáltatások igénybevételére. A fentebb említett tényezők különösen időszerűvé teszik az oktatási marketing kutatását (Lehota & Komáromi, 2019).

Az utóbbi években a technológia rohamos fejlődése, a mesterséges intelligencia megjelenésének használata foglalkoztat hallgatókat, oktatókat dolgozókat. A mesterséges intelligencia alkalmazása az oktatás területén (AIED - Artificial Intelligence in Education) már az 1960-as években a kutatók fókuszában volt. Ez az a technológiai robbanás, amit ma érzékelhetünk a mindennapjainkban, azaz a Chat GPT magyar nyelven történő alkalmazásakor (Doroudi, 2023).

T. Nagy et al. (2025) tanulmánya szerint a mesterséges intelligencia használata elkerülhetetlen a felsőoktatásban a tanítási-tanulási és kutatási folyamatokban, s különösen kiemeli a pályaorientációt.

Ellenben ahhoz, hogy a mesterséges intelligencia (MI) eszközeit etikusan, ugyanakkor hatékonyan is tudjuk használni speciális kompetenciákkal kell rendelkezni, melyet összefoglaló néven MI-műveltségnek nevez a szakirodalom. Az MI-műveltség definíciója: „a set of competencies that enables individuals to critically evaluate AI technologies; communicate and collaborate effectively with AI; and use AI as a tool online, at home and in the workplace” (Long & Magerko, 2020). Magyar nyelven megfogalmazva: olyan kompetenciák összessége, amelyek lehetővé teszik az egyének számára a mesterséges intelligencia technológiáinak kritikus értékelését; a mesterséges intelligenciával való hatékony kommunikációt és együttműködést; valamint a mesterséges intelligencia eszközként való használatát online, otthon és a munkahelyen.

1.4. Beiskolázási marketing

A marketing Kotler szerint „olyan társadalmi és vezetési eljárás, amelynek segítségével egyének és csoportok termékeket és értékeket alkotnak és cserélnek ki egymás közt, miközben szükségleteiket és igényeiket kielégítik” (Kotler 1998:39).

Kuráth (2008) tanulmányában kiemeli, hogy a felsőoktatási intézmények marketingtevékenységét gyakorlatorientált, funkcionális részterületként kell kezelni. A beiskolázási marketingmunka által vonzó kínálatot kell összeállítani annak érdekében, hogy a létszámban és annak összetételében jó eredményt lehessen elérni. Az intézmény alaptevékenysége során kiemelt figyelmet kell fordítani arra, hogy a hallgatók, oktatók, dolgozók és a környezet egyaránt bizonyítsa kompetenciáját, miközben belső marketing eszközökkel erősíti a megtartó erőt. A végzett hallgatók, oktatók, dolgozók teljesítménye az intézmény image-nek a megalapozása. Úgy gondolja, hogy az intézmény vonzerejét, hírnevét, hosszú távú stabil működését, valamint a jelentkezők számának és összetételének alakulását tudatos marketinggel befolyásolni lehet. „A jövő egyik kihívása, hogy hazai intézményeink miként tudják felépíteni saját hálózatukat, szövetséges partneri rendszerüket, hiszen a globalizálódó felsőoktatás és a Bologna-folyamat egymásra épülő képzési szintjei eleve feltételezik az együttműködést, és aki nem talál partnereket, az magára marad a problémáival. Intézményi központi szintű stratégiára, koordinációra van szükség ezen a területen, hosszú távon nem lesz elegendő az adott szakterület oktatóinak, kutatóinak együttműködése.” (Kuráth, 2008:32).

Kuráth (2007) kutatása szerint az intézmények nyílt napok megtartását, a felvételi kiadványok használatát és a honlapot tartják a leghatékonyabb kommunikációs eszköznek. Nagy jelentőséggel bír a fizikai jelenlét, az oktatókkal és volt hallgatókkal folytatott kommunikáció. A beiskolázási nyílt napon – mint a diákok jelentkezését segítő információs napon – a résztvevők túlnyomó többsége debreceni lakhelyű, vagy debreceni iskolába járó diák volt. Az elemzések azt mutatták, hogy a nyílt napon résztvevők számának csökkenésekor a messzebből utazók számában volt nagyobb mértékű a visszaesés, ez esetben a virtuális nyílt nap megoldásként tud szolgálni. Továbbá fontos megállapítást tesz az eredmények vizsgálata során: Azok közül, akik a nyílt napokra kérdőívet kitöltöttek, egyre nagyobb számban érkeztek szakközépiskolások, mint gimnazisták.

Kuráth és Sipos (2019) megjelentetett cikkében megállapítja, hogy a fiatalok szemléletének változása, elvárt egyre nagyobb igényeik az oktatás minőségével és megbízhatóságával szemben azt eredményezi, hogy marketing szempontból nehézségeket állít a felsőoktatási intézmények tevékenységét illetően. Ennek következményeként változnak a jelentkezők motivációi, céljai, ezáltal a vonzáskörzetek alakulására is kihatással van. Viszont a több éves kutatások szintetizálásából kiderült, hogy a jelentkezők elsődlegesen a saját érdeklődési körének megfelelő szakot keresi, majd ezt követően dönti el, hogy melyik intézményt illetve várost jelölje meg felvételi jelentkezésekor. A sikerességet abban látja, hogy a jelentkezői csoportokat minél jobban meg kell ismerni és ehhez igazítani a marketingstratégiát és kommunikációt.

A marketing-stratégiának folyamatosan jelen kell lennie az intézmény életében. Tartalmaznia kell a munkaerőpiac igényeinek felmérését, rendezvényeket, kommunikációs csatornák kezelését és mindennapos jelenlétet a közösségi médiában. A különböző korosztályok megértése és ahhoz történő alkalmazkodás elengedhetetlen ahhoz, hogy minél sikeresebb legyen a generációs marketingstratégia az oktatásban. Meggyőzően kell bemutatni a képzési lehetőségeket, hirdetéseket és üzeneteket pontosan közvetíteni az adott korosztály preferált böngészési szokásainak megfelelően (Kis, 2025).

Bikics (2023) összehasonlító tanulmányt folytatott, melyben a Miskolci Egyetem beiskolázási tevékenységét vetette össze Német-Svájc – különleges német nyelvű régió – öt egyetemével. A beiskolázási marketingtevékenység közvetlenül a középiskolásokra irányult, pályaválasztásukat segítette, szem előtt tartva a képességeiket, motivációikat, vágyaikat. A külföldi öt egyetem beiskolázási tevékenysége a marketingre és tanácsadásra fókuszált. Cél, hogy a középiskolás tanulókat az egyetem képzéseiről informálja és meggyőzze információs előadások, kiállítások alkalmával, valamint tanácsadó iroda működtetésével egyéni beszélgetés keretében kiderüljön a tanuló számára legmegfelelőbb képzés. Az egyetemi marketing mindegyik eleme megvalósulhat – népszerűsítés, tájékoztatás, tehetséggondozás – jelenléti vagy online formában. Ebben a szemléletben egészen hasonló a Miskolci Egyetem tevékenységével. Fejlesztési lehetőséget (mint különbözőség a külföldi egyetemektől) az iskolai nyári szünetben megrendezendő táborokban lát, valamint a gyerekegyetem megrendezésében, ahol 8-12 éves gyermekek részére speciális előadásokat tartanak utánpótlás-nevelési céllal, mely fél évente hat 45 perces előadást foglal magába. További lehetőség „junior egyetem” indítása – előadások, workshopok – 12-18 évesek részére. Mind az öt svájci egyetem

imázsfilmeket tesz közzé, melyek hangulata humoros, laza, sokszínű, meglepő, kreatív, érzelmes.

Szabó (2014) tehetségmenedzsment a felsőoktatásban témát boncolgatja. A felsőoktatási törvény előírja, hogy a tehetséges hallgatók fejlesztésére figyelmet kell fordítani és tehetségprogramokba történő bevonásuk társadalmi szempontból is fontos. A felsőoktatási intézmények eltérő módszereket alkalmaznak erre vonatkozóan. Ezt többféle módon is meg lehet tenni, akár komplexen szervezni és integrálni az egyetemi stratégiájába a tehetségfejlesztést, akár egyes képességterületek fejlesztésére fektet hangsúlyt. Az USA-ban bevált módszer, hogy az egyetem oktatói tájékoztatják a cégeket a tehetséges hallgatókról. A cég az oktatók információnyújtásáért például tanácsadói díjat adhat cserébe. A vállalkozások felismerték, hogy tehetséges fiatalot foglalkoztatni a versenypiacon lépéselőnyt jelent, tehát a tehetséget, mint szellemi tőkét, minél korábban be kell vonni a munkaerőpiacra. Viszont emellett ellenvélemények is akadnak, mégpedig az a szemlélete a munkaerő piaci szakembereknek (Audi, Ernst & Yang), hogy a tehetségtől sokkal fontosabb az alkalmasság, rátermettség. Európában az USA-ban elterjedt üzleti magatartás nem lehet jellemző, etikátlannak minősítik, a magyar adatvédelmi törvényi szabályozás tiltja a személyes adatok kiadását a vállalatok részére. A kérdőíves felmérés alkalmával arra kereste a választ, hogy a tehetséges hallgatók a doktori képzést vagy a kedvező munkalehetőséget preferálják-e? Az eredmény azt mutatta, hogy inkább a munkalehetőség megragadása fontosabb, a doktori képzésbe történő bekapcsolódásra ettől még pozitív lehetőségként tekintenek, de nem feltétlenül ez a pályaképük. Végző konklúzió, hogy a felsőoktatási tehetségfejlesztésben résztvevő hallgatók leginkább szakmai karrier építését választják.

1.4.1. Beiskolázási kérdőívek eredményei

Veresné Valentinyi (2023) reprezentatív kutatás eredményét mutatja be a felsőoktatási beiskolázáshoz kapcsolódóan a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetemen. A felsőoktatási intézmények elszenvedik a demográfiai csökkenés hatását, oktatáspolitikájukat a fiatal generációk igényeinek figyelembevételével szükséges kialakítani annak érdekében, hogy a képzés végén elégedetten léphessenek a munkaerőpiac sokszínű világába. A hallgatók által megszerzett kompetenciák és tudástartalmak által biztos jövőt lássanak a megélhetésük szempontjából és anyagi biztonság érzete mellett hasznos munkát végezzenek a társadalom számára. A kérdőívben javaslatot kértek a kitöltőktől beiskolázást támogató eseményekre,

rendezvényekre melyek eddig nem voltak. A válaszadók a beiskolázás elősegítése érdekében javasolták a nyílt napok megrendezésének folytatását, tájékoztató füzetekkel az intézmény népszerűsítése a szakokat, országos rádióban reklámozni a képzéseket. A nyílt napon külön szekciót kialakítani a szülőknek, őket is meg kell nyerni az ötletes, vicces programokkal annak érdekében, hogy lássa, gyermeke „jó helyre” kerül majd, ha felvételt nyer. „Légy egy napra egyetemista” című rendezvény szintén népszerűsítő hatású középiskolások körében. A középiskolai osztályfőnökök célzott bevonása hatást gyakorolhatna a tanulókra. A diákok közösségi munkavégzését engedélyezni kellene az egyetemen (például: külföldi hallgatók városnézés, konferenciákon, szakmai rendezvényeken segítőként részt venni). A vizsgálat szempontjából fontosnak tartott kérdés volt az, hogy a beiskolázásnál mit NE tegyenek? Válaszadók javaslatai alapján a beiskolázási programokkal ne csak a középiskolában végzős diákok legyenek megcélózva, hanem egészen a 9. osztálytól, valamint a rendezvények ne kampányszerűek, hanem folyamatosak legyenek. Végül a középiskolába egyetemről delegált oktatók lelkesek, kreatívak, megnyerőek legyenek, akik motiválni képesek a tanulókat.

1.4.2. Beiskolázási nyílt napok tapasztalatai marketing szempontból

Svartner és Kun (2014) tanulmányában feltárja a Debreceni Egyetem Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar beiskolázási gyakorlatán keresztül nyílt napjainak szerepét, mint felsőoktatási marketing eszközt. E célú rendezvények hazai és nemzetközi viszonylatban is gyakoriak, hatékonyságuk vizsgálatára kevés tanulmány található. A vizsgált időszak 2008-2013. közötti időszakot ölel fel. A kérdőíves megkérdezés alkalmával arra voltak kíváncsiak, hogy kik látogatják a nyílt napokat, a látogatók mire kíváncsiak, milyen elképzeléseik vannak a továbbtanulásról és milyen jellemzőket tartanak fontosnak egy kar vonz erejének megítélésükor. A válaszadók közel fele látogatta szívesen a nyílt napokat és fontosnak tartották a tanárokkal vagy végzett hallgatókkal történő személyes beszélgetéseket. A Bologna folyamatnak köszönhetően a felsőoktatási intézmények egyik fő céljának kell lenni, hogy a hallgató az alapképzés elvégzése után a mester- és doktori képzést is intézményükben folytassa. Ez a szemlélet egy új marketingstratégiára ösztönzi a felsőoktatási intézményeket, mely hosszú távon biztosítja a hallgatók magasabb létszámát. A mintavétel száma mellett a résztvevők száma nem volt ismert. Az életkort tekintve a nyílt napokon 17-19 éves korosztály vett rész túlnyomó többségben. Ritka volt az az eset, amikor a diákok egyedül érkeztek, inkább barátokkal és osztálytársakkal, elenyésző esetben szülővel. A Miskolci Egyetem diákoknak és

szülőknek egyaránt szervezte a nyílt nap programját, a Szegedi Egyetem és a Debreceni Egyetem családi napot hirdetett. A gimnazisták részvételi aránya évről-évre magasabb volt a szakközépiskolákból érkezetekkel szemben, 2011/2012-es tanév volt, mikor az arány megfordult. A 2012/2013-as év nyílt napjára alapképzés iránti érdeklődők voltak zömében. Vizsgálásra került, hogy mire kíváncsiak a résztvevők. Válaszként megjelölték: mit fognak tanulni az egyetemen, mik a felvételi követelmények, és ha a képzést elvégzik, közgazdászként milyen elhelyezkedésre számíthatnak. Nem maradt ki a válaszokból, hogy az egyetemi évek alatt milyen munkalehetőséggel lehet kalkulálni. Az első éves hallgatók továbbtanulási döntéseiben első helyen várost választanak, majd egyetemet, kart és szakot. Végezetül a vizsgált kar beiskolázási napjain részt vevők és a kérdőívet kitöltő diákok eltérnek azoktól, akik felvételt nyertek az intézmény valamely gazdasági szakára. Egy kérdéssel záródik a tanulmány. A nyílt napi programokat azok igényeire szabjuk, akik szívesen látogatnak meg ilyen eseményeket, vagy egy átstrukturált szervezéssel vonzzuk azokat, akik később valószínűleg felvett diákjaink lesznek?

1.5. Felsőoktatási intézmények területi szempontú vizsgálata

Jancsó és Szalkai (2017) meglátásai szerint a felsőoktatás-földrajz segít értelmezni a felsőoktatási intézményrendszert területi aspektusból. A felsőoktatási képzőhely súlyát az ott tanuló hallgatói létszámmal szokták jellemezni. Budapest mellett Debrecen, Szeged és Pécs nagy regionális központként működik. Miskolc és Győr vonzása saját megyéje teljes területére sem terjed ki, Nyíregyháza pedig csak három rurális körzetre. Ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy a felsőoktatási vonzáskörzettel kapcsolatos jellemzők vizsgálata még feltáratlan. A felvételizők döntéseikhez nagy mértékben hozzájárul, hogy milyen típusú középiskolában tanul, milyen a társadalmi környezete és családi háttere. A vonzáskörzet és annak határának megállapításához azt kell megvizsgálni, hogy az egyes településekből mely települések oktatási intézményeibe vették fel a legtöbb hallgatót. Az elemzések azt mutatták, hogy az egész országból Budapestre nyer felvételt a jelentkezők túlnyomó többsége. Ha települési szinten nézzük a kirajzolódó kép csak Debrecen, Pécs, Szeged, Salgótarján, Székesfehérvár, Tatabánya és Zalaegerszeg kötődik egyértelműen egy-egy felsőoktatási központhoz, míg a többi esetben erőteljes megoszlás tapasztalható az egyes felsőoktatási intézmények között. Földrajzi távolság aspektusaiból történő vizsgálat – mely a Magyarországon jelentkezők lakhelyét és a megjelölt felsőoktatási intézmény távolságát jelenti – országos szinten még nem történt. Az bizonyos,

hogy a hallgatók preferálják a tömegközlekedést a felsőoktatási intézménybe történő eljutás alkalmával, viszont ezirányú kutatás, adatbázis nem áll rendelkezésre, hogy az mennyi időt vesz igénybe a lakóhelytől a kiválasztott felsőfokú intézménybe történő eljutáshoz. Az intézményválasztás szempontjából ugyanakkor fontos tényezőként van jelen az utazási idő. Hivatkoznak más országokban történt vizsgálatok eredményére, melyek egyértelműen mutatják, hogy az intézmények távolságának van hatása a felsőoktatási intézménybe történő jelentkezés döntésfolyamatában. Érdekes eredmény viszont amit megemlít. Az egész ország területéről vonzza a hallgatókat az a képzés, amely csak egy helyen működik az országban. Viszont abban az esetben, ha a közelben lévő képzési kínálat nem elég széles, a jelentkezők hajlandóságot mutatnak inkább távolabbi felsőfokú intézményt választani.

1.6. Gazdaságtudományi képzés népszerűsége

Hőgye et al (2024) a hazai felsőoktatás képzési szerkezetének regionális jellemzőit vizsgálta. A központi régióban a gazdasági és műszaki képzések aránya a magasabb, míg az agrár-, pedagógusi-, műszaki- és egészségtudományi képzések a vidéki oktatást jellemzik. A legerősebb megtartó képességgel a gazdaságtudományi és informatikai képzések rendelkeznek.

Hallgatók létszáma a gazdaságtudományi képzésben a Felsőoktatási Információs Rendszer alapján 2020-2025 között erős emelkedő tendenciát mutat.

1.7. Középiskolák típusai Magyarországon

A Szakképzésről szóló 2019. évi LXXX. törvény 2020. január 1-jén lépett hatályba, mely a középiskola-típusok változását is eszközölte, ezáltal a 2020/2021-es tanévtől kezdődően kellett alkalmazni. E törvényi szabályozás létrehozásakor koncepcionális követelmény volt a kereslet vezérelt, kimenet-szabályozott szakképzési rendszer megteremtése, így a versenyképesség hosszú távú biztosítása. Ennek megfelelően a szakképzés és a felsőoktatás az oktatási rendszer egymásra épülő, szerves részei. A technikum és szakképző iskola célja a szakmára való felkészítés. A szakmai oktatás a képzési és kimeneti követelmények alapján ágazati alapoktatásban és szakirányú oktatásban történik. A gimnáziumi oktatás általános műveltséget megalapozó, érettségi vizsgára felkészítő nevelés-oktatást biztosít, mely egyben a felsőoktatási intézményekbe való felvételi vizsga része. A szakgimnázium jellemzően művészeti, közművelődési és pedagógiai ágazatok esetén választható, kizárólag szakmai képzés történik.

A Szakiskola a Sajátos Nevelési Igényhez igazodó közismereti oktatás és szakmai képzést látja el.

1.7.1. Középiskolák szerepe a felvételi döntésekben

A középiskola típusa meghatározza, hogy egy diák tanul-e tovább, ha igen, milyen eséllyel jelentkezik felsőfokú intézménybe. A gimnáziumok készítének fel jellemzően továbbtanulásra diákokat, a többi típusú középiskolánál csak részcélként jegyezhető ez (Jancsó & Szalkai 2017).

Józsa (2021) megállapítja, hogy elsősorban a fiatalok diplomát a jövőbeni jobb életszínvonal reményében szeretnének szerezni, emellett a munkaerőpiacon történő könnyebb elhelyezkedés lehetőségéért.

Józsa (2024) könyvében említést tesz arról, hogy a különböző középiskola típusok társadalmi választóvonalként funkcionálnak. További hazai kutatásokra hivatkozik, melyek szerint a szülők iskolai végzettsége közvetlenül gyakorol hatást az iskolaválasztásra általános iskola után. Megjelenik az iskolázottság előnyeként tett megállapítás, miszerint a munkanélküliséggel szemben egyfajta védelmet nyújt, és minél magasabb a végzettsége valakinek, annál sikeresebb a munkaerőpiacon.

1.8. Felsőfokú továbbtanulási döntéseket befolyásoló tényezők

A felsőfokú intézménybe történő továbbtanulás motivációit, preferenciáit nem könnyű feltárni, nagy nehézséget okoz az információforrások meghatározása. Kispálné és Vincze (2009) tanulmányában több féle irányú rangsort vizsgál a továbbtanulási döntés hozatalában középiskolások körében mint legfontosabb döntési tényezőt. A kutatás eredményeként a preferenciák szerinti sorrendet a saját elképzelés a család anyagi helyzete és a szülők tanácsai, kívánságai vezeti.

A továbbtanulás kérdésekor felmerül Józsa (2021) vizsgálódásakor, hogy mi motiválja a tanulókat arra, hogy felsőfokú intézménybe tovább tanuljanak és diplomát szerezzenek. A felmérés egy szakközépiskola tanulói között történt. A motivációra nagy hatással lehet hogyan viszonyul az egyén az egyes tudásterületekhez, tantárgyakhoz. A motiváció fogalma alatt a mindennapi nyelvhasználatban a viselkedés, a cselekvés ösztönzőjét, kiváltóját érti. Több kutatásban is egyértelmű eredményként mutatható fel, hogy a fiatalok azért akarnak diplomát

szerezni, hogy növeljék elhelyezkedési esélyüket a munka világában, várható jövedelmüket, a diploma későbbi hozadékát tartják szem előtt.

1.9. Z generáció

Szociológiai definíció szerint a generáció a szülők és utódaik születése közötti átlagos időintervallum, amely az azonos időszakban született személyek csoportját jelenti, akik összehasonlítható életkorban és életszakaszban vannak, és akiket sajátos időszak eseményei, trendjei és folyamatai határoznak meg (McCrindle & Wolfinger, 2009).

A Z generáció tagjai jellemzően azok, akik 1995 és 2010 között születtek. Ők egy új típusú nemzedék, amelynek kialakulásában a technika fejlődése játszott rendkívül fontos szerepet. Ezek a fiatalok már beleszülettek a digitális technológiák világába, ezért szokták őket „digitális bennszülötteknek” is nevezni. Ez a generáció többféle elnevezést is kapott már az évek során, mint a net generáció, bedrótozott nemzedék, digitális őslakosok (Prensky, 2001).

Vannak, akik post-millennistáknak, vagy médiahasználat felől közelítve Facebook-generációnak, Instant online-nak, vagy akár „dotcom” gyerekeknek nevezik őket (Pais, 2013).

Az ő világukban már elképzelhetetlen élni a mobiltelefonok, más digitális és kommunikációs eszközök használata nélkül, ennek következményeként ezek használói másképp gondolkodnak (Prensky 2001).

Feladatunk, hogy megértsük a Z generáció sajátosságait, ezen túlmenően lássuk, hogyan képzelik a jövőjüket (Tari 2011).

1.9.1. Z generáció digitális világhoz való viszonya

A Z generáció digitális világhoz való viszonya ma már megkerülhetetlen téma a felsőoktatási kommunikációban és toborzásban – különösen a beiskolázási csoportok számára. A mai középiskolás és egyetemre készülő fiatalok döntő többsége ide tartozik. A Z nemzedék a tudást és a tanulást egészen újszerű módon értelmezi: a keresést, a navigálást, a megerősítést részesíti előnyben a fix, az agyban tárolt tudáshoz képest. Az emberiség korábban létrehozott tudását a Z nemzedék számára a hálózat (Internet) teszi hozzáférhetővé minden modalitásban, legyen az zene, kép, mozgókép, írott vagy hangzó szöveg. E nemzedék tagjai igazi „digitális bennszülöttek”, akik számára a világot átfogó információs hálózat által teremtett online valóság

az elsődleges. „Always on” állapot biztosítja számukra a többiekkel való kapcsolatot, a folyamatos online jelenlét adja a kellő információáradatot. A Z generáció által legtöbbször használt közösségi média platform a messenger, facebook, instagram. Az online kommunikáció kerül előtérbe életükben, ennek ellenére rugalmasak, élménykeresők, innovatívak (Pásztor & Bak, 2020).

1.9.2. Z generáció pályaválasztása

Hoffmann (2022) vizsgálatának fókuszában a középiskolások (Z generáció) pályaválasztási orientációja áll, melyhez hazai anyag szűkösen lelhető fel. Vallja, hogy már óvodás korban megmutatkoznak egyéni orientációk, de mire a középiskolás korba lépnek tanulóként, nagy mértékben meghatározó, hogy a növekedésük útján milyen segítséget kapnak. A kutatás kérdőívében önismereti és pályaaorientációra vonatkozó kérdéseket kellett megválaszolni a diákoknak a demográfiai kérdések mellett. Megállapítást nyert az eredmények alapján, hogy a középiskolások nem ismerik az egyes szakmák jellemzőit, nincsenek tisztában a saját képességeikkel, valamint jövőbeli céljaikat nem tudják pontosan megfogalmazni. Szeretnének helyes utat választani maguknak, de a bizonytalanság jellemzi őket. A munkával kapcsolatban szeretnék, ha jól éreznék magát benne, megbecsülést, támogatást kapna. Érdekességként említi a Randstad 2022-es Workmonitor kiadványából, hogy inkább munkanélküliek lennének, mintsem boldogtalanok a munkájukban. Informálódásra a legtöbbször az oktatási intézményben szervezett programokat, a pályaválasztási napokat, Educatio-t és pályaválasztási tanácsadást jelölték. A korábbi szakirodalmakhoz hasonlóan a kérdőíves kutatás eredménye nagy hasonlóságot mutatott a tekintetben, hogy a család és a kortárs környezet fontosabb számukra a pályaválasztás döntésénél, mint az oktatási intézmény. A pályaválasztási tanácsadók mélyinterjúk alkalmával is azt tapasztalták, hogy a pályaválasztás mindig családi döntés. A kortársak tekintetében legtöbbször a barátok véleményét jelölték meg támaszként. A diákok sok információt képesek begyűjteni a továbbtanuláshoz, viszont kontextusba helyezniük nehézséget okoz. Következtetésként a tudatosságra nevelést kell előtérbe helyezni, önismerettel és pályaismerettel kiegészülve. A középiskolások pályaválasztásának elősegítésére karrier coaching intézmény létrehozását javasolja, mely fordulópontot hozhat szemléletben és a diákok életében, hogy a pályaaorientáció személyiségformáló folyamata megvalósulhasson.

2. Anyag és módszer

Jelen fejezetben bemutatom az általam alkalmazott elemzések elméleti hátterét. Dolgozatom témájához kapcsolódóan empirikus kutatást végeztem. Platformnak a Microsoft Forms űrlap online felületét használtam, mely alkalmas volt a kérdőív kitöltésére, gyűjtésére. Az online kérdőív kérdéseinek a listája az *1. sz. mellékletben* található. A primer kutatásom alapját szolgáló kérdőívet 73 fő töltötte ki. Célom az volt, hogy felmérjem, mely beiskolázási csoport által szervezett programok a legnépszerűbbek, valamint a válaszadók elégedettségének mérése ezekhez kapcsolódóan. Igyekeztem információt gyűjteni arról, hogy a résztvevők mely kommunikációs csatornákat részesítik előnybe információ szerzés céljából. Ezentúl pedig a kutatásom arra irányult, hogy személyes véleményüket nyilvánítsák ki arra vonatkozóan, hogy milyen közösség építő jellegű ajánlásokat tudnak mondani számunkra és a jövőbeni programjaink fejlesztéséhez milyen javaslatokat tudnak tenni.

2.1. Elemzett adatok bemutatása

A 32 kérdésből álló kérdőív azon csoport részére kerültek kiküldésre, akik már részt vettek a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Beiskolázási csoport által szervezett valamely eseményén.

Az első szakasz annak mérésére volt alkalmas, hogy a válaszadó az ország mely részéről jött el a különböző programokra, milyen típusú középiskolában végezte tanulmányait, valamint a tanult tantárgyai között megjelenik-e gazdasághoz kapcsolódó tárgy. A vizsgált mintában, meghatározó arányban, Debrecenből 45,2 %, Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyéből 23,3 %, míg Debrecen környékéről, de még Hajdú-Bihar vármegyéből 12,3 % érkezett. A válaszadók közül 34 % tanult, 66 % nem tanult középiskolában gazdasági tárgyat. A kapcsolatok elemzésére a Khi négyzet próbát használtam. Ezzel arra kerestem választ, hogy van-e szignifikáns kapcsolat a változók között, valamint a Cramer-féle V mutató a kapcsolatok erősségének kimutatására szolgált. A kérdések strukturált, szelektív zárt formában kerültek megfogalmazásra.

A második szakasz a tizenegy-féle beiskolázási programhoz kapcsolódóan az elégedettséget kívánta felmérni 5 fokozatú Likert-skála alkalmazásával (1 – nagyon elégedetlen, 5 – nagyon elégedett), emellett a részvétel céljának és motivációjának feltérképezését a válaszok fontossági sorrendbe való helyezésével. Ezzel azt kívántam kutatni, hogy a programok a visszajelzések

alapján valóban elérik-e céljukat, a résztvevők milyen elégedettségi szinttel távoznak. A TDK Középiskolai tagozat 100 %-os elégedettséget, míg a további tíz esemény is magas, 4,46-4,9 közötti átlag elégedettséget eredményezett. További információ szerzés céljából arra is alkalmas volt a kérdőív, hogy számszerű adatot adjon arra vonatkozóan, egy kitöltő hány beiskolázási programon vett részt. Egy eseményen 70 %-os, kettő eseményen 22 %-os, három eseményen 3 %-os, négy eseményen 4 %-os és hat eseményen 1 %-os részvételt jegyeztem. Az elemzés során az átlag, medián, szórás mutatóit is alkalmaztam.

A kérdőív harmadik blokkja az általános informálódás csatornájáról kérdezi a válaszadót, emellett milyen típusú tartalmakat preferálnak az online térben, mint Z generáció tagjai. Legtöbbször – 49 %-ban – a Gazdaságtudományi Kar Facebook oldalát részesítik előnybe információ szerzéshez, majd ezt követi a Debreceni Egyetem honlapja 18 %-os felkereséssel. Az információszerzés forrása 14 %-ban osztálytársakhoz vagy barátokhoz köthető. A Z generáció többféle típusú tartalmakat preferál információszerzéshez: 40 %-ban képes és szöveges posztot, 27 %-ban egyetem hivatalos oldalát, 25 %-ban videós tartalmakat.

A negyedik rész döntést befolyásoló tényezők vizsgálatára irányult a felsőoktatási intézmény kiválasztásával kapcsolatban középiskolai tanulmányokat követően. Programjaink 51 %-ban nagyon pozitív benyomást tettek a válaszadókra és 34 % esetében láthattuk, hogy igen, befolyásolta döntését, hogy melyik egyetemre jelentkezzen.

Majd az utolsó, ötödik egységben arra kérem a válaszadót, hogy ossza meg személyes véleményét szöveges válasz formájában, hogy tud-e ajánlatot, javaslatot tenni programjaink fejlesztéséhez, további közösség építő elképzelései vannak-e.

2.2. Alkalmazott módszertan

Annak érdekében, hogy a dolgozatban közvetlen és aktuális adatok kerülhessenek elemzésre és értékelésre a primer feltárási technika került alkalmazásra, mely kutatási módszer közvetlen adatgyűjtést és elemzést tett lehetővé. A mintavétel nem reprezentatív, ezáltal az eredmények és a levont következtetések is csak a vizsgálatba bevont mintákra érvényesek.

A kérdőíves felmérés, mint kvantitatív típusú kutatási módszer, feltáró kutatást tesz lehetővé. Leíró kutatási módszeren belül a megkérdezéses módszerrel történik a felmérés. Az öt fokozatú Likert-skála használatát a válaszadók könnyen értelmezik. A strukturálatlan nyitott kérdések

előnye, hogy a választ kevésbé torzítják, mint a strukturált kérdések. A strukturált kérdéseknél előre meghatározott válaszlehetőségek közül lehet választani. A statisztikai mutatók közül a helyzetmutatók az eloszlás középpontját írják le. Az átlag az összes elem összegzésével és az elemek számával történő eloszlással kapott érték. A módusz, mint középérték, megadja, hogy melyik érték fordul elő leggyakrabban egy minta során. A medián értéke tudja megmutatni, hogy melyik az az érték, amely felett ugyanannyi érték fordul elő, mint alatta (Naresh, 2008).

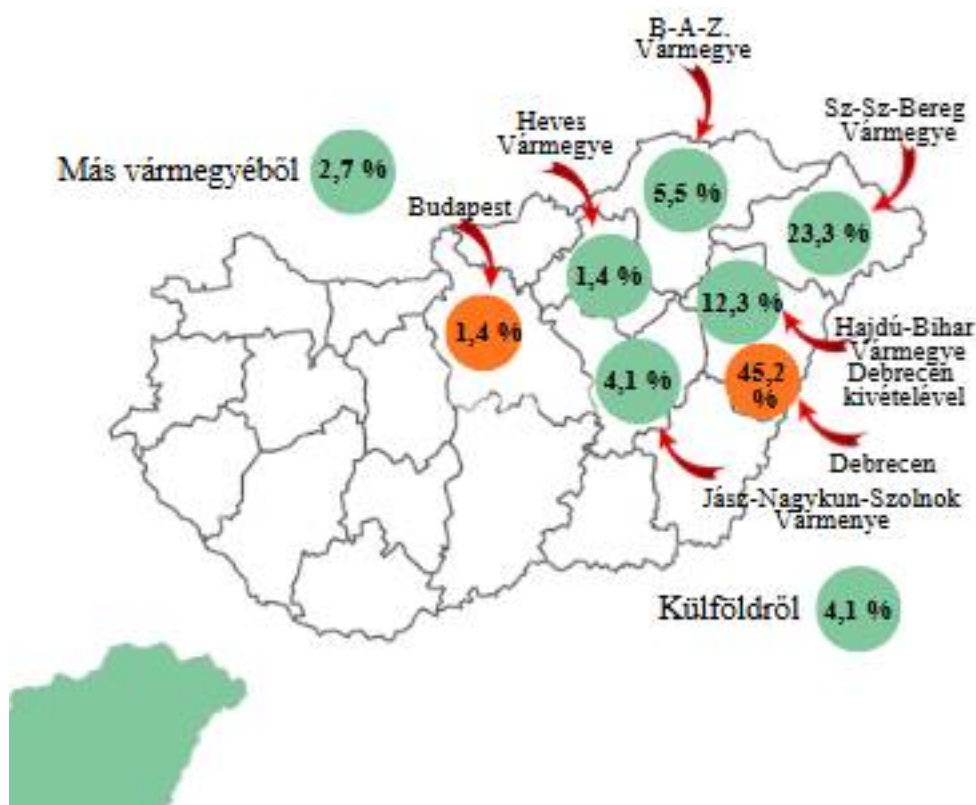
A kvantitatív kutatással az emberi döntések, viselkedések mérhetők, számszerűsíthetők, a nyert adatok statisztikai módszerekkel értelmezhetők, elemezhetők. E szemléletmód fókuszában a számolás és mért adatok állnak, mennyiségi vizsgálat jellemzi, cél az eredményeket általánosítani (Pólya & László, 2019).

A khi-négyzet próba a csoportok közötti kapcsolatok vizsgálatát jelenti. A kereszttábla megmutatja az egyes változók gyakoriságát, százalékos arányát, köztük lévő kapcsolatot, majd a kapcsolat erősségét a Cramer-féle V mutató (Albert-Lőrincz, 2023).

3. Eredmények és azok értékelése

A kérdőív lezárásig 73 válasz érkezett, anonimok voltak, a kitöltőket nem lehetett azonosítani. Az eredmények és elemzések a kérdőív szerinti sorrendiséget követik. A kutatás korlátja a viszonylag alacsony elemszámú minta, amely befolyásolhatja az eredmények általánosíthatóságát.

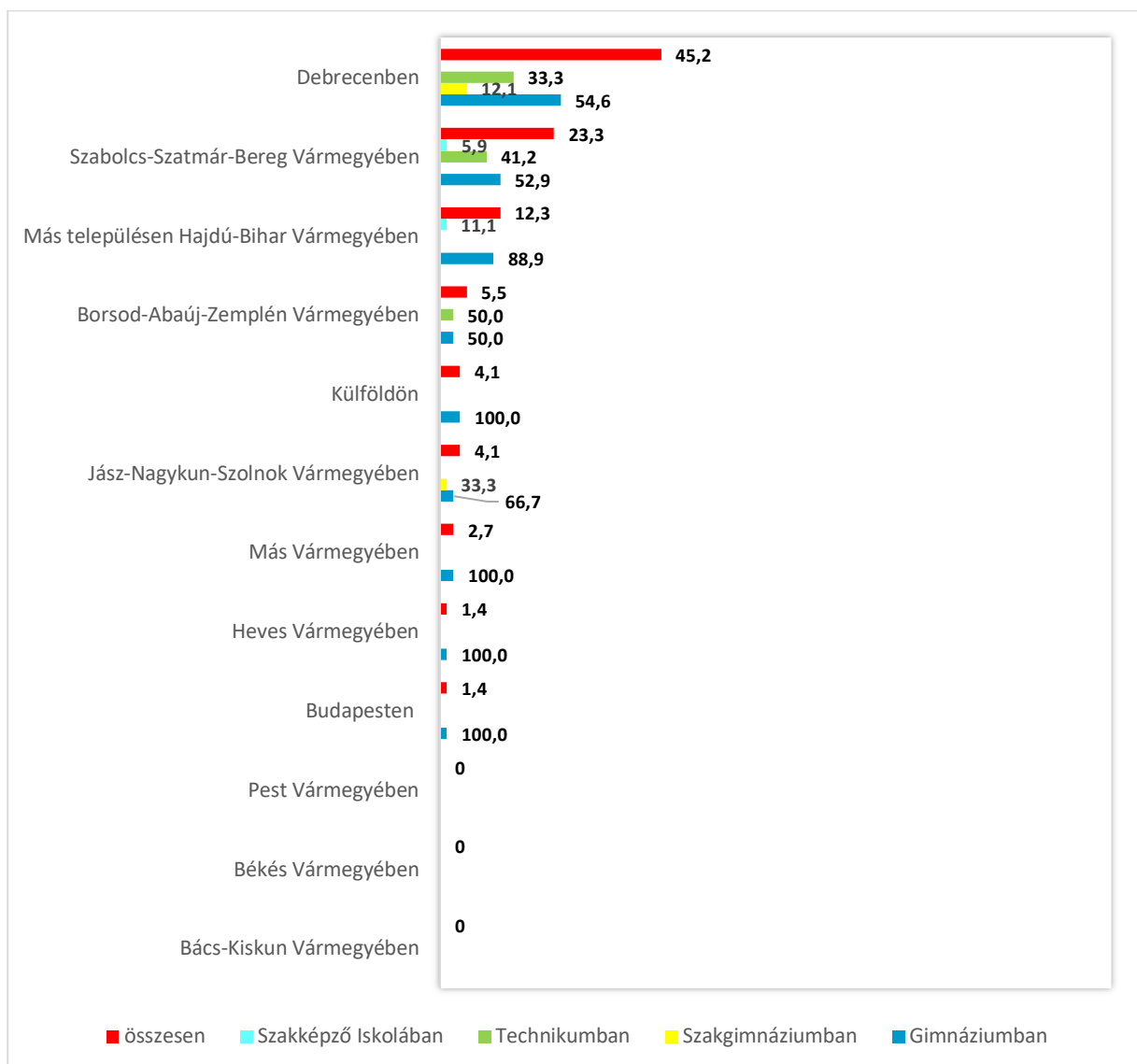
A válaszadók az ország mely részéről vettek részt valamely programon az 1. ábra mutatja. Határozottan látható, hogy Debrecenben tanulók száma a legmagasabb, 45,2 %. Szabolcs-Szatmár-Bereg Vármegye középiskoláiból érkezők jóval magasabb számban fordultak elő, mint Debrecen vonzaskörzetéből. Az ország területi eloszlását tekintve kijelenthetjük, hogy az észak-keleti régió domináns, Pest Vármegyéből, Dunántúlról, valamint a déli Vármegyékből nem tudunk tömegeket vonzani rendezvényeinkre. A jelentős távolság mellett a tömegközlekedés időigénye, az albérleti díjak magas ára, a kollégiumi körülmények együttesen járulnak hozzá, hogy távolabbi lakhelyen élő diákok nem választják intézményünket.



1. ábra: Résztvevők területi eloszlása %-ban (2025)

Forrás: Saját szerkesztés kérdőív adatai alapján (2025)

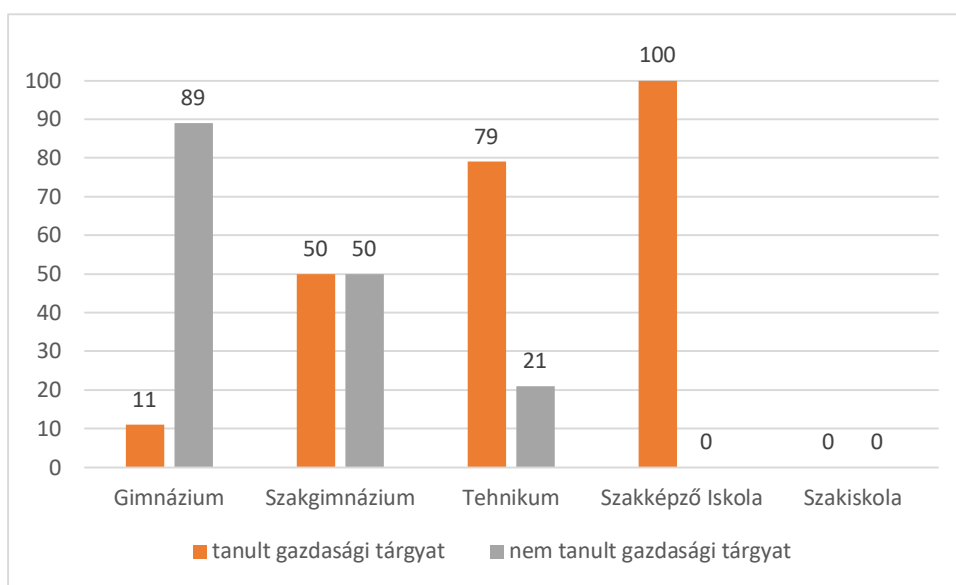
A 2. ábra arról ad információt, hogy területileg a résztvevők milyen típusú középiskolában végezték tanulmányaikat. A mintavételre vetítve Gimnáziumban 63 %, Szakgimnáziumban 8 %, Technikumban 26 %, Szakképző iskolában 3 % a megoszlás. Ennek egyik magyarázata, hogy a jelenlegi középfokú intézmények közül a Gimnázium nem ad szakmai képesítést, általában emelt szintű képzés mellett a továbbtanulásra készíti fel a diákokat. Beiskolázási stratégia szempontjából célzott minden típusú középiskola. Az eredmények a programok országos kiterjesztésének megalapozottságát szolgálják a jövőben.



2. ábra: Középiskolai tanulmányok folytatásának helye, összes résztvevő és iskolatípusok

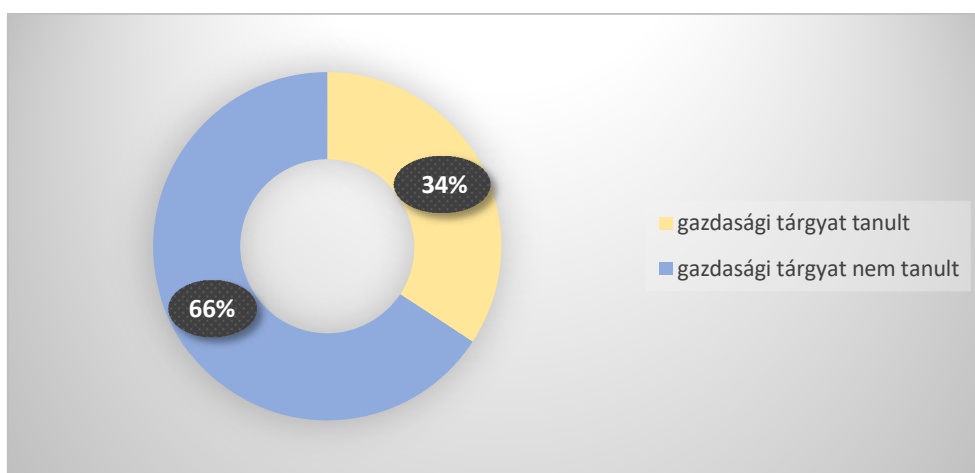
Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján (2025)

A 3. sz. ábrán az egyes iskolatípusokban látható, hogy a válaszadó tanult vagy nem tanult gazdasági tárgyat. Az eredmények alapján vizsgálni és feltárni szerettem volna, hogy összefüggés kimutatható-e az iskolatípus és a gazdasági tárgyak tanulása között a válaszadók tekintetében. A mintában összesen 73 fő szerepelt, akik 4 különböző iskolatípusban folytatták középiskolai tanulmányaikat. Látható a jelentős mértékű eltérés. A technikumban nagyobb arányban fordult elő a gazdasági tárgyhoz kapcsolódó tanulmány folytatása. Szakképző iskolában pedig 100 %, (megjegyzés: a mintavétel alacsony számú).



3. ábra: **Gazdasági tárgy tanulása iskolatípusonként (%)**

Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján (2025)



4. ábra: **Gazdasági tárgyak előfordulása tanulmányok alatt**

Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján (2025)

A 4. sz. ábra mutatja az összes válaszadók arányát a tekintetben, hogy tanult vagy nem tanult gazdasági tárgyat. Nagy volumennek ítéltető meg a gazdasági tárgyakat nem tanulók száma, mégis érdeklődően vesznek részt programjainkon, valamint a gazdaságtudományokhoz kapcsolódó témák és feladatok megoldásában. Ez azt jelenti, hogy amikor középiskolát választott még nem tudta milyen orientáltság irányában induljon el, később mutatkozott meg számára, hogy akár e tudományterülettel szimpatizál.

Célkitűzés, hogy a vizsgálat kimutatja-e, hogy a középiskola típusa és a gazdasági tárgy tanulása között szignifikáns összefüggés van? Ennek vizsgálatára a khi-négyzet próba került alkalmazásra.

A függetlenség vizsgálat, mint Khi négyzet próba hipotézisei a következők:

H0 (Nullhipotézis): az iskolatípus és a gazdasági tárgy tanulása függetlenek egymástól.

H1 (Alternatív hipotézis): van kimutatható kapcsolat az iskolatípus és a gazdasági tárgy tanulása között.

Az eredmények alapján a khi-négyzet értéke $X^2=33,70$ volt, a szabadságfok $df=3$, a p-érték pedig rendkívül kicsi ($p \ll 0,001$). Ez azt jelzi, hogy a H0 (nullhipotézis) elutasítható, tehát statisztikailag szignifikáns kapcsolat van az iskolatípus és a gazdasági tárgy tanulása között.

Cramer-féle V mutató került alkalmazásra a kapcsolat erősségének megállapítására, amely szerint $V \approx 0,68$, ami erős kapcsolatot jelez – (0,5 felett erős a kapcsolat). Az adatok alapján különösen a technikumban tanulók körében magas a gazdasági tárgyat tanulók aránya, míg a gimnáziumban alacsony.

Összességében az elemzés szignifikáns összefüggést mutatott, az iskolatípus jelentősen befolyásolja a gazdasági tárgy tanulását, és a különbségek statisztikailag is megerősítettek. Megjegyzés: A szakiskola kategória 0 fővel nem került bele az elemzésbe.

A kérdőív második szakaszában került vizsgálatra az eseményeken való részvétel számlálása, melynek típusait és eredményeit az 1. táblázat szemlélteti. Minden programhoz kapcsolódóan több kérdéses Likert-Skála segítségével elégedettség mérésre került sor.

A programok közötti elégedettség vizsgálatának módszertani korlátai adódtak, mivel a kutatásban 73 fő vett részt, de a tényleges részvételek száma az eseményeken 108 fő volt (egy

résztvevő több programon is részt vett), ezáltal az adatbázis nem teljesen független megfigyelésekből áll. Ennek következményeként az egyszerű csoport-összehasonlító statisztikai próbák alkalmazhatósága módszertani szempontból korlátozásba ütközött. Tekintettel e ténytérüsitésekre, a rendezvények közötti különbségek vizsgálata leíró statisztikával kerültek elvégzésre. Az eredmények értelmezése feltáró jellegűek. Az elégedettségi mutatók hozzájárulhatnak a jövőbeni programszervezési és beiskolázási stratégiai döntések megalapozásához.

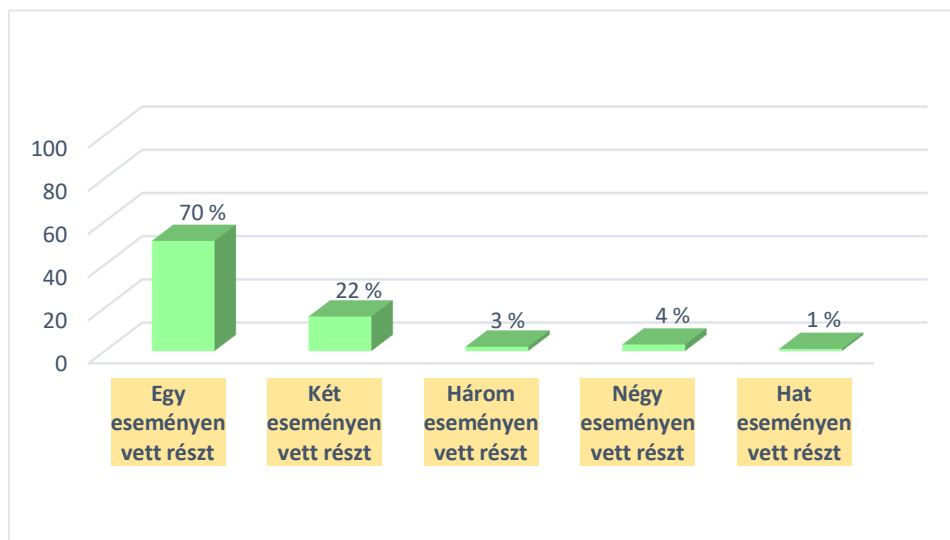
1. táblázat: Eseményszámok százalékos megoszlása

Esemény megnevezése	Részt vett (%)
1. Kompetenciafejlesztő workshop	12,9
2. Emelt szintű matematika érettségire felkészítő tréning	2,8
3. TDK középiskolai tagozat	2,8
4. Economeet szakmai élménytábor	11,1
5. Economisteries nyílt nap	10,2
6. Kutatók éjszakája	3,7
7. Pályaorientációs nap	9,3
8. Interaktív kari nyílt nap	27,8
9. Ihrig Károly tanulmányi verseny	2,8
10. Óralátogatás DEXPO keretein belül	3,7
11. Szülői értekezlet/Felvételi tájékoztató	12,9
Összesen:	100

Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján (2025)

Egyedi eset, ha valaki hat programon is részt vesz, jelen esetben 1 fő. Szülői értekezlet/Felvételi tájékoztató, Interaktív kari nyílt nap, Pályaorientációs nap, Kutatók éjszakája, Economisteries nyílt nap és Kompetenciafejlesztő workshop programjainkra volt kíváncsi. Értékelése minden eseménynél maximális elégedettséget mutatott és minél több intézményi plusz pontok gyűjtése volt számára a cél. Nagyon pozitív benyomást tettek rá a tapasztaltak, ugyanakkor másik egyetem beiskolázási programjain is részt vett. Nagyon fontosnak tartotta, hogy középiskolásoknak legyen lehetőségük beiskolázási rendezvényeken plusz intézményi pontokat szerezni. Az egyetem hivatalos oldaláról informálódott mindvégig a meghirdetett programjainkról.

Az 5. ábrán látható a válaszadók beiskolázási programokon történő többszörös részvételének megoszlása.



5. ábra: Eseményeken történő részvétel kimutatása

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

A kérdőív II. részében a Debreceni Egyetem Beiskolázási csoport által középiskolások részére szervezett programok – 11 féle – kerültek számbavételre, elemzésre.

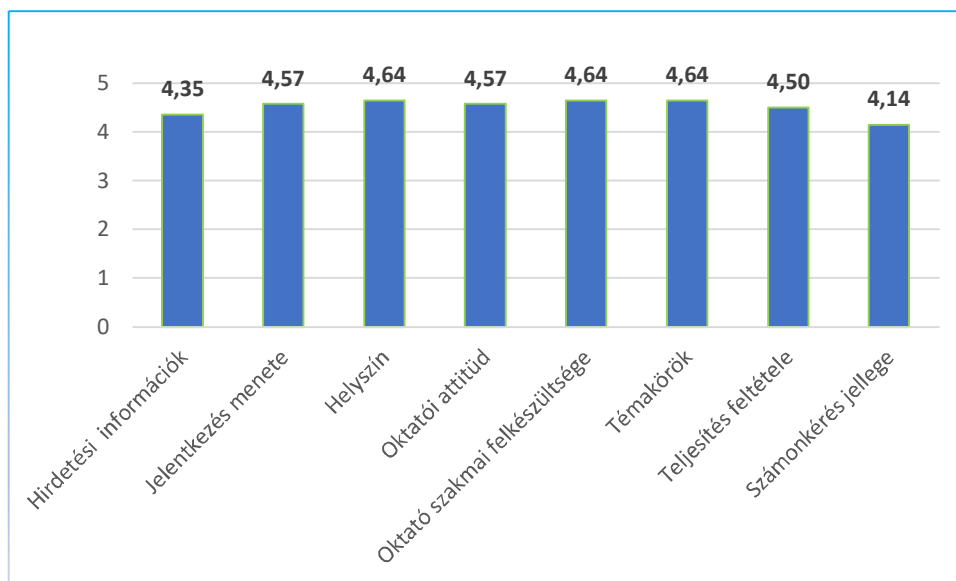
1. Kompetenciafejlesztő workshop

Ingyenes szakmai program középiskolások részére, mely arra hivatott, hogy különböző gazdaságtudománnyal összefüggő témákat ismerjenek meg, betekintést nyerhessenek a tudományág rejtelmeibe. Három féle modulból választhatnak az érdeklődő diákok. Egy-egy modul 4-4 különböző témát ölel fel, személyes részvétel szükséges 4 alkalommal. A program egy teszttel zárul, melyen minimum 50 % teljesítés esetén a +20 intézményi pont megszerezhető és ennek beszámítása megtörténik, amennyiben karunkat megjelöli a felvételi eljárásban és felvételt nyer.

A résztvevők 8 szempontot értékelték 5 fokozatú Likert-skálán. (1-es érték nagyon elégedetlen, 5-ös érték nagyon elégedett.) Az összesített adatok alapján a medián értéke halmozott gyakoriságot számolva 5-ös, az átlag 4,51, mely nagyon pozitív megítélést jelez. A szórás 0,81, tehát a válaszok túlnyomó többsége a 4-5-ös tartományba esik, szélső érték kevés található.

A 6. ábra mutatja az egyes kérdésekhez rendelt átlagos elégedettségi értékeket, 4,14 és 4,64 között mozogtak, mely az 5-ös skálán jó eredménynek mondható. A 4,64 érték erősen pozitív visszajelzést tükröz, így elmondható, hogy a résztvevők kifejezetten jó tapasztalatokat szereztek. A 4,14-es átlag mérsékeltbb elégedettséget tükröz a „számonkérés jellege”-vel

kapcsolatban a többi értékhez képest. A „hirdetési információk” eredmény – 4,35 – jelzés értékű a jövőre nézve.



6. ábra: Kompetenciafejlesztő workshop elégedettség mutatói

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

E programon való részvételhez kapcsolódott egy célmotivációs kérdés. Fontossági sorrendet kellett felállítani, ennek eredményét a 2. táblázat szemlélteti.

2. táblázat: Kompetenciafejlesztő workshopon való részvétel motivációi %-ban

Meghatározás	1. helyen jelölte	2. helyen jelölte	3. helyen jelölte	4. helyen jelölte	5. helyen jelölte	6. helyen jelölte
Plusz pont szerzés lehetősége	64,2	-	21,4	7,2	-	7,2
Érdekes témákat meghallgatni	14,3	21,4	14,3	14,3	14,3	21,4
Megismerni leendő évfolyamtársakat	7,2	14,3	-	7,2	28,6	42,7
Céltudatosan készülni a felvételre	7,2	21,4	21,4	14,3	28,5	7,2
Megismerni az egyetemi oktatókat	7,2	7,2	21,4	21,4	21,4	21,4
Bizonyosságot szerezni az intézményválasztással kapcsolatban	-	35,7	21,4	35,7	7,2	-

Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján (2025)

Egyértelműen magas a középiskolások motivációjánál az „Intézményi plusz pont szerzés lehetősége” – 64,2 % jelölte első helyen. A szakirodalmi részben hivatkozva Goldfárthné Veres, (2023) megállapítását támasztja alá ez az eredmény, mely szerint a rugalmas felvételi eljárás lehetővé teszi a felsőoktatási intézmények autonómiáját, az intézmény dönthet a 100 intézményi plusz pont meghatározásáról, ennek következménye, hogy a hallgatói toborzást ez erősen képes befolyásolni. Második helyen megjelöltek közül kiemelkedő eredmény 35,7 %-ban a „Bizonyosságot szerezni az intézményválasztással kapcsolatban” motiváció volt, tehát a leendő hallgatók körültekintően választanak intézményt, személyes benyomások, tapasztalások, hatások figyelembevételével, keresik saját döntésükhöz a támogató, megerősítő szempontokat. A szakirodalomban Kispálné és Vincze (2009) kutatási eredményei kimutatták, hogy a továbbtanulási preferenciák szerinti sorrendet a saját elképzelés, a család anyagi helyzete, majd a szülők tanácsai vezeti. Ezzel szemben Hoffmann (2022) leírja, hogy pályaválasztási tanácsadók mélyinterjúk alkalmával azt tapasztalták, hogy a pályaválasztás mindig családi döntés. A kérdőíves vizsgálat során kapott eredmények némileg eltérnek az interjúk alapján levont következtetésektől.

2. Emelt szintű matematika érettségire felkészítő tréning

Az emelt szintű matematika érettségire felkészítő ingyenes tréning célja, hogy a résztvevőket hozzásegítse egy eredményesebb érettségi teljesítéséhez akár középszintű, akár emelt szintű érettségiről lévén szó. Haladó szintű feladatok megoldására koncentráltan 20 alkalommal 1,5 órás blokkokban kerül sor. A követelményt teljesítők +20 intézményi pontot szereznek, melyet felvételi eljárásukor tudnak érvényesíteni, amennyiben karunkat megjelölik és felvételt nyernek.

Ennek a programnak az elégedettségi értékeit a 7. ábra mutatja.

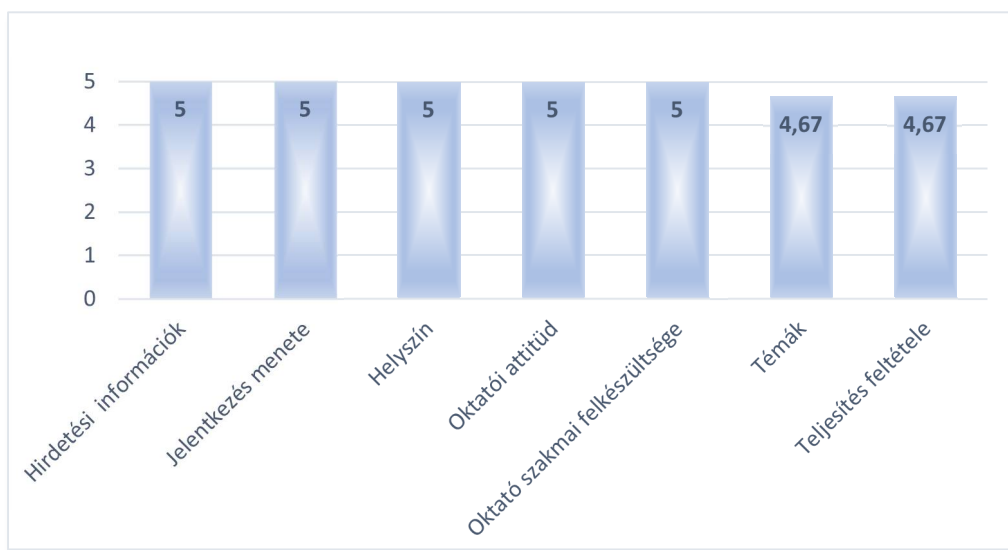
Válaszadók közül 4 % vett részt e felkészítőn. Emelt szintű érettségi követelménye szakspecifikus, nem minden szakon előfeltétel a bejutáshoz.

Következő kérdés arra irányult, hogy meglátása szerint mennyire segítette a program az emelt szintű matematika érettségijét.

1 válasz érkezett – Nagyon jó eredményt sikerült elérni

1 válasz érkezett – Nem tett emelt szintű érettségit

1 válasz érkezett – 2026. májusában fog érettségizni



7. ábra: **Emelt szintű matematika érettségire felkészítő tréning elégedettségi eredményei**

Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján (2025)

Az alacsony mintavétel nem ad lehetőséget általános és messzemenő következtetésre, de az látható, hogy a válaszok diverzifikáltak.

A válaszokból következtethető, hogy nem csak végzős diákok, hanem 10-11. osztályos tanulók is jelentkeznek felkészítő tréningre, s még nem is biztos, hogy az érettségit e tantárgyból emelt szinten teszik le.

3. TDK középiskolai tagozat

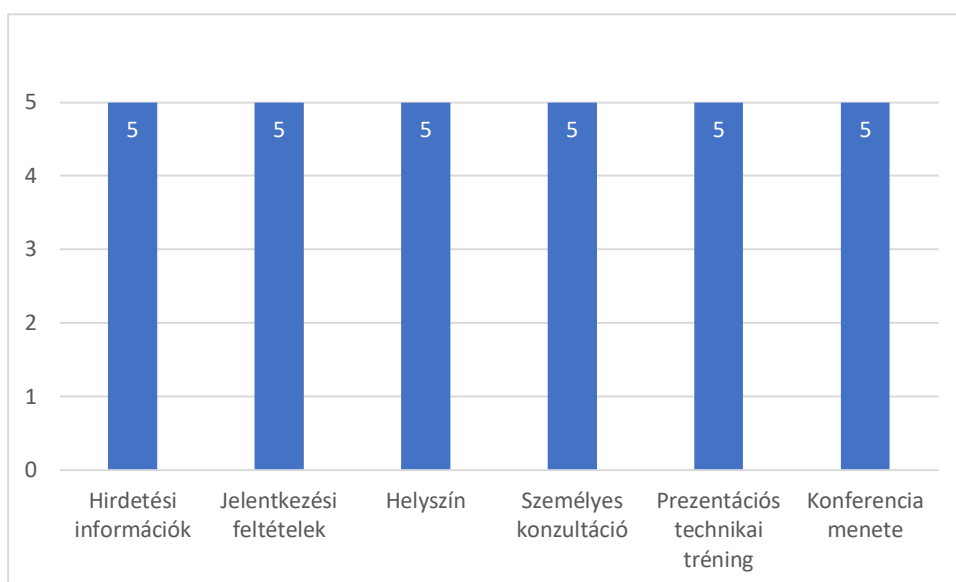
A Tudományos Diákköri Tanács (továbbiakban: TDK) által szervezett Tudományos Diákköri Konferencián várják azokat a tudományos körbe becsatlakozó diákokat, akik tervezik a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karra történő jelentkezésüket. A Konferencián előadják érdeklődési körüknek megfelelő témát 10 perces prezentációban, mely kapcsolódik a gazdaságtudományokhoz. Segíti a résztvevőket, hogy felfedezzék tehetségüket. Szakmai tapasztalat szerzése mellett kiemelkedő szereplésért külön díjban részesülhetnek.

Ehhez kapcsolódóan az elégedettségi értékeket a 8. ábra szemlélteti. Az eredmények alapján a válaszadók teljes mértékben elégedettek, az átlagok egyértelműen azt mutatják, hogy ennek a programnak a szervezése, lebonyolítása, szakmai háttere kifogástalan! Mi volt a preferált motiváció ezen az eseményen történő részvételhez, 67 % válasza – „Gazdaságtudományok

érdekelnek, mélyrehatóan szeretnék vele foglalkozni”, míg 33 % a „Bemutatni saját témámat, mely foglalkoztat” lehetőséget jelölte meg.

A szakirodalmi áttekintés fejezet „Felsőfokú intézmények integrációja” cím alatt hivatkozom Rébay-ra (2002), aki szerint az integráció céljai között találjuk a szorosabb együttműködés lehetőségét és fontosságát a kutatás területére vonatkoztatva is.

A TDK, mint intézményesített tehetséggondozási forma, tudományos szocializációt biztosít a középiskolásoknak, elősegítve a tudományos pályaeorientáció korai megalapozását, erősítve az önálló kutatómunkát, kritikai gondolkodást. Ugyanakkor alapot nyújt a tanulónak egy tudatosabb felsőoktatásba való belépéshez. Következésképpen az intézmény az utánpótlás minőségét is növeli hosszú távon, s egyben a szakmai kompetenciák megalapozásának stratégiai eszköze is.



8. ábra: TDK középiskolai program elégedettség értékei

Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján (2025)

4. Economeet szakmai élménytábor

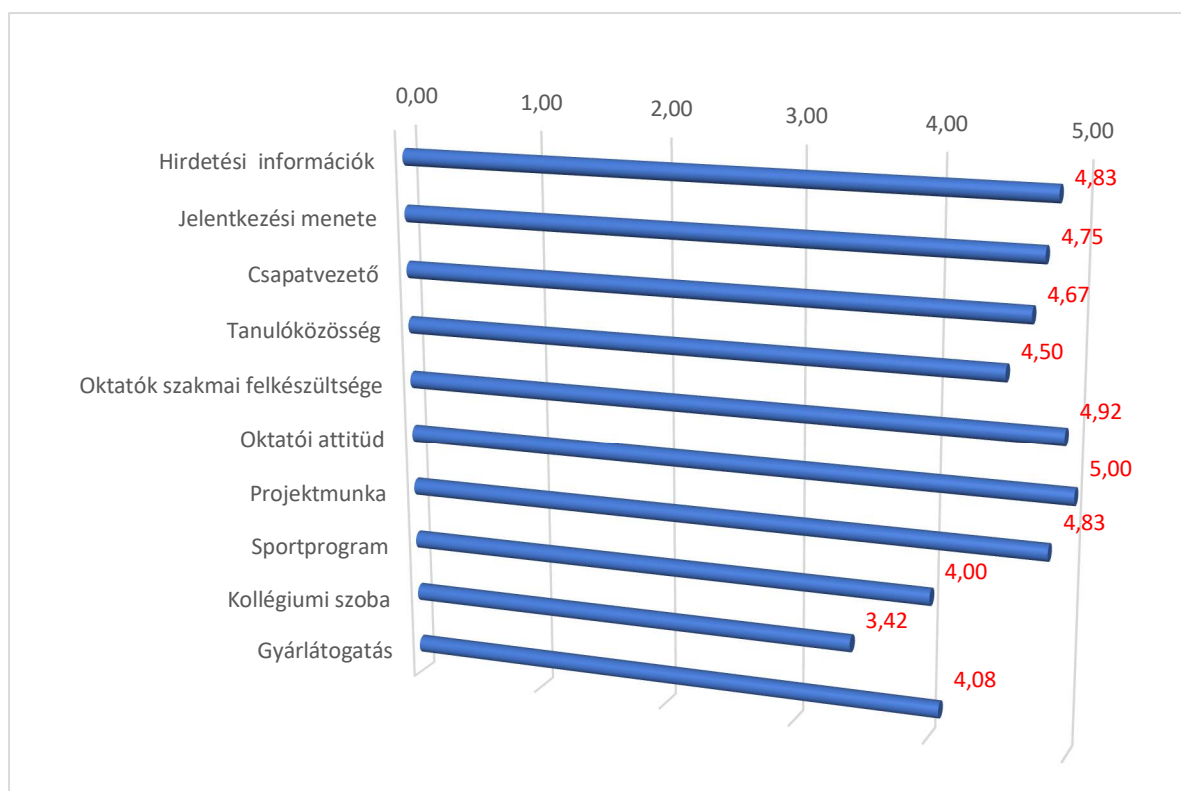
A kar oktatói és a résztvevő középiskolás diákok kiscsoportos projekt munka keretén belül mélyülhetnek el a gazdaságtudomány szakterület rejtelmeibe a három tábori nap alkalmával. Csapatépítő és sportprogramok segítik az ismerkedést a leendő évfolyamtársakkal, emellett

szórakozásra és kikapcsolódásra is jut idő a program keretén belül. A teljesítés plusz 20 felvételi ponttal jár, melyről igazolást vehetnek át a tábor végén.

Az elégedettség értékeit a 9. ábra szemlélteti. (1-es érték: nagyon elégedetlen, 5-ös érték nagyon elégedett.)

A tíz szempont összesített értékelése alapján az átlag 4,5, medián = 5, szórás 0,83, mely azt jelenti, hogy teljes mértékben elégedettek voltak a résztvevők, kevés a szélső érték.

A három legalacsonyabb átlag értéket a Kollégiumi szoba (3,42) a Sportprogram (4,00) és a Gyárlátogatás (4,08) esetében láthatjuk, mely alapján elmondhatjuk, hogy a kollégiumi szoba csak mérsékeltebb elégedettséget jelöl a résztvevők részéről. A tábor bentlakásos, a résztvevők elhelyezése a Böszörményi Úti Campus kollégiumában történik. Akik távoli helységekből szeretnének felvételt nyerni az intézménybe, többségük az olcsóbb, kollégiumi elhelyezést szeretné életterének, melyben keresik a komfortot, megfelelő infrastruktúrát, színvonalat, jó ellátást.



9. ábra: Economeet szakmai élménytábor elégedettség értékei

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

Mi volt a célod az Economeet szakmai élménytáborban való részvétellel kérdésre a válaszadók fontossági sorrendjét a 3. táblázat szemlélteti.

3. táblázat: Economeet táborban való részvétel motivációi %-ban

Meghatározás	1. helyen jelölte	2. helyen jelölte	3. helyen jelölte	4. helyen jelölte	5. helyen jelölte
Ismerkedni leendő évfolyamtársakkal	16,7	8,3	25,0	16,7	33,3
Megismerni az oktatókat	-	33,3	33,3	16,7	16,7
Szakmai témák megismerése	25,0	33,3	33,3	-	8,4
Plusz intézményi pontszerzés lehetősége	16,7	16,7	8,3	25,0	33,3
Bizonyosságot szerezni intézményválasztással kapcsolatban	33,3	8,3	-	41,7	16,7

Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján (2025)

Az első helyen visszaköszön a „Bizonyosságot szerezni intézményválasztással kapcsolatban” 33,3 %-os válasszal, hiszen a Kompetenciafejlesztő workshop értékelésénél is erősen preferált volt ez a szempont, mint a részvétel motivációja. Továbbá, az első helyen megjelölt második erős motiváció a „Szakmai témák megismerése”, ehhez hozzáadva a 2. és 3. helyre sorolt 33,3-33,3 %-os eredményt, erős összefonódást értékelhetünk a TDK-val kapcsolatos eredmények összevetésével. A középiskolás kor meghatározó a tekintetben, hogy a továbbtanulás felsőoktatási intézményben milyen jövőképet, megélhetést, karriert ad majd az egyén számára.

Amikor első helyen a „Szakmai témák megismerése” szerepel a válaszadó céljai között, a gazdaságtudományok iránti érdeklődése meghatározó. E résztvevők integrálása a tehetséggondozásba megfelelő alapot adhat a mesterképzés és doktori képzés folytatására.

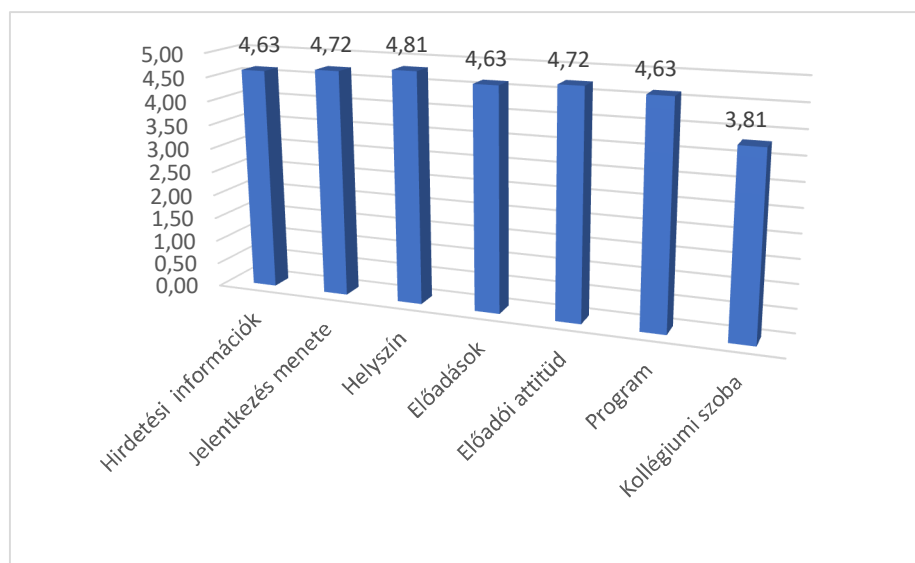
5. Economisteries nyílt nap

Ez a program a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar képzéseit hivatott ismertetni. Formabontó módon kerül bemutatásra ezen a napon a kar képzési kínálata, mely minden, a gazdaságtudományok, a sporttudományok vagy az agrártudományok iránt érdeklődő fiatalot foglalkoztat. A nap folyamán a Böszörményi Úti campustúrán vesznek részt az érdeklődők, majd kollégiumi szobalátogatás követi az Egyetem téren, ezt követően bemutatkozik a hallgatók szabadidős sporthelyszíne, a DEAC komplexum, a program végül a debreceni Nagyerdei Stadionban zárul. A résztvevők között egyetemi ajándéktárgyak kerülnek

kisorsolásra. Garantált nyereményként pedig mindenki megismerheti leendő csoporttársait már a gólya tábor előtt.

Erre vonatkozó elégedettséget az alábbiakban mutatja a 10. ábra. A kollégiumi szoba értékelése maradt alacsony átlag 3,81 az 1-5-ig terjedő skálán (1-es nagyon elégedetlen, 5-ös nagyon elégedett). – Itt szeretném megjegyezni, hogy az Economeet szakmai tábor esetében is a kollégiumi szoba értékelése volt a legalacsonyabb. – Akik e válaszokat adták nem Debrecenben jártak középiskolába, így fontos volt számukra a kollégiumi szoba felszereltsége, kényelme.

A hét szempont összesítése alapján az átlag értéke 4,57, medián = 5, szórás 0,67. A szórás alacsony, a válaszok többsége 4-es és 5-ös között van, ennek értelmében az elégedettségi szint még pozitívnak mondható.



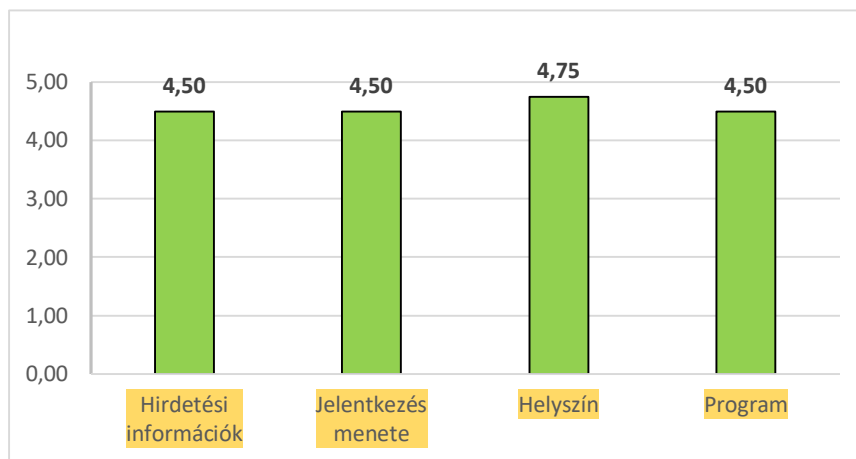
10. ábra: **Economisteries nyílt nap elégedettségének eredményei**

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

6. Kutatók éjszakája

A tudományos életet népszerűsítő és bemutató Kutatók Éjszakája egy 2005 óta meglévő országos programsorozat, melynek célja és feladata megismertetni a fiatalokkal a legújabb tudományos eredményeket és megmutatni, hogy a kutatói életpálya mennyi izgalmat és kihívást

jelent. A résztvevők +3 intézményi pontról kapnak igazolást amennyiben igénylik és ennek feltétele 3 állomáson játékos feladatot elvégezni. E program elégedettsége az alábbiak szerint alakult, a 11. ábra szemlélteti.



11. ábra: **Kutatók éjszakája** esemény elégedettségi mutatói (átlag)

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

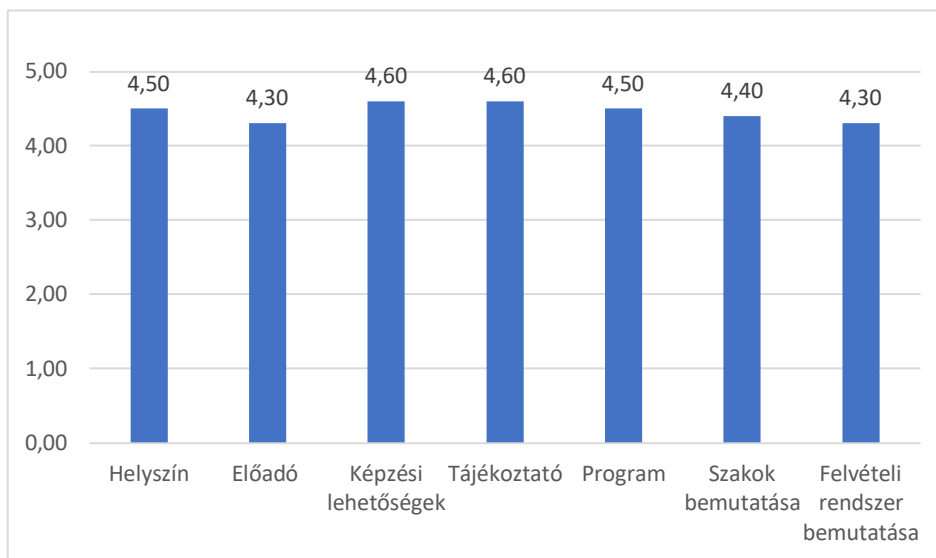
A mintavétel alacsony száma miatt általános következtetést levonni nem lehet, a 4,56 átlaggal kedvező elégedettségi szint konstataálható.

7. Pályaorientációs nap

Az intézmény a térség valamennyi középiskolájának alkalmat biztosít arra, hogy a diákok közvetlenül megismerhessék a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar által nyújtott képzési lehetőségeket. A kar nyitott a hallgatói kezdeményezésekre és hangsúlyosan figyel a külső szervezetek, vállalatok vagy éppen az oktatási intézmények igényeire. Fontos, hogy a leendő hallgatók időben, akár már a jelentkezés éve előtt, megismerjék az oktatási rendszert, a képzési lehetőségeket, a modern infrastruktúrát és oktatókat. Erre alkalmas a középiskolák számára szervezett pályaorientációs nap. A DEXPO-n (Debreceni Egyetem pályaorientációs napja középiskolások részére) vagy nyílt naphoz képest intenzívebben kerül bemutatásra a Gazdaságtudományi Kar a térség gimnáziumainak és technikumainak. Ezen kívül megismerik a hallgatói szervezeteket, tehetséggondozó programokat és GeoCaching keretében betekintenek a Böszörményi Úti Campus életébe is.

Ehhez kapcsolódó elégedettséget az alábbiak szerint a 12. ábra mutat.

Az előadó és felvételi rendszer bemutatásánál látható az alacsonyabb, 4,30 átlag érték.



12. ábra: Pályaorientációs nap elégedettség eredményei

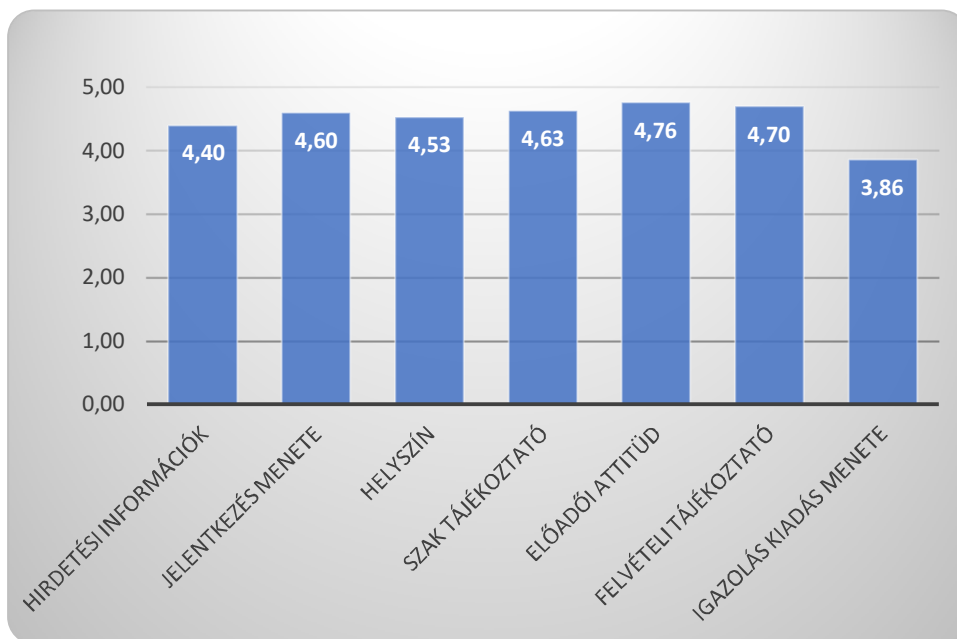
Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

További kérdés megválaszolására kértük a kitöltőket, segítette-e pályaválasztási döntését a program? Válaszként 60 % „határozottan igen”-t, 40 % „részben igen”-t jelölt meg. Van e programnak létjogosultsága a jövőben is.

8. Interaktív kari nap

Tájékozódás a szakokról, betekintés a kar életébe interaktív játékokon keresztül, tantárgyakhoz, témákhoz kapcsolódó előadások, tesztek jellemzik ezt a napot. Szórakoztató, játékos programok színesítik az eseményt, melyek teljesítésével értékes ajándékokat és GTKutató Oklevelet lehet szerezni amellet, hogy életre szóló élménnyel gazdagodik a résztvevő. Plusz 3 intézményi pontról igazolást kap az a résztvevő, aki 3 pecsétet gyűjt össze a játékokban való részvétellel.

Elégedettségek alakulását a 13. ábra szemlélteti. Első alkalommal ennél az eseménynél jelenik meg a beiskolázási csoport adminisztrációs munkájának gyengesége. Az eredmény átlag értéke 3,86, alacsony érték. A jövőben meg kell teremteni akár 5-6 helyen is az igazolások kiadását a gyorsabb áthaladás érdekében. Az érdeklődők száma ezen az eseményen 10-szer több is lehet, mint bármelyik más programon. A hirdetési információk tekintetében is van fejlődni való, a válaszadók kritikai megfogalmazást tettek a rendezvények helyszínére való eljutás nehézségére. Javasolták, hogy emailben előzetesen kapják meg a helyszín leírását, nagy segítséget jelentene mindenki számára a tájékozódásban.



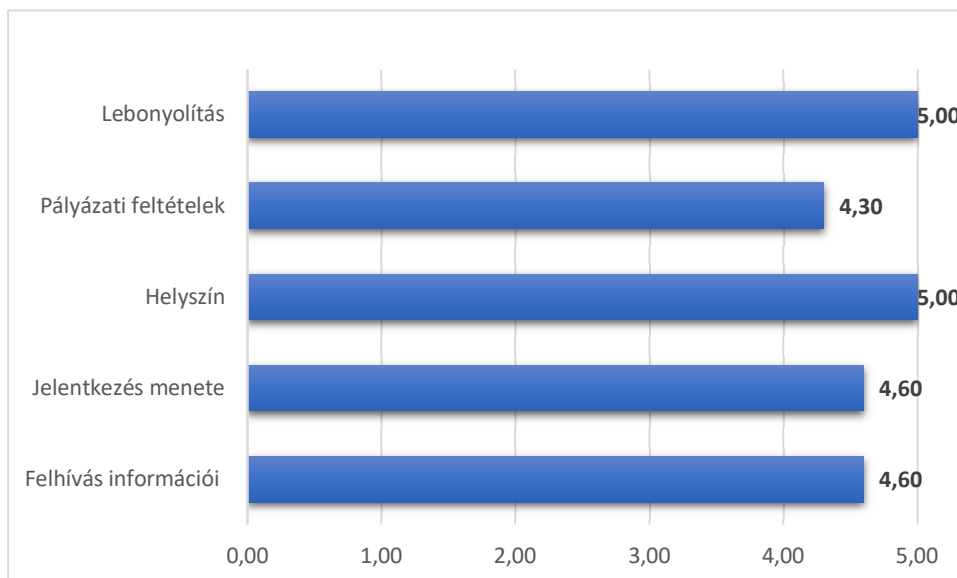
13. ábra: **Interaktív kari nyílt nap elégedettség értékei**

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

9. Ihrig Károly tanulmányi verseny - IKTV

E versenyre pályázhatnak azok a 9-14. évfolyamos, középiskolai diákok, akiket érdekel az egyetemi élet, szeretnek játszani, nem félnek a kihívásoktól és kreatívak. Az IKTV minden évben más-más tudományterület kiemelésével, de azonos lebonyolítási struktúrában kerül megrendezésre. A 2025/26-as tanév őszi félévében interdiszciplináris jellegű a verseny. A versenyre 3 fős csapatok jelentkezhetnek. A feladatok megoldása semmilyen előképzettséget nem igényel. A cél az, hogy a megadott szakirodalom segítségével a diákok betekintést nyerjenek egy-egy tudományterületbe, így segítségükre legyünk pályaaorientációjukban.

Az elégedettség az alábbiak szerint alakult, a 14. ábra szemlélteti. A pályázati feltételek nehéznek bizonyulnak. E verseny szervezéséhez a beiskolázási csoport kevés mértékben járul hozzá, így leginkább a jelentkezés és felhívás terén lehet fejlődési célokat megfogalmazni ennek az operatív munkát végző csapatnak. A helyszín és a lebonyolítás maximális, 5-ös átlag értéket kapott, aminek az az üzenete, hogy a magas színvonalat meg kell tartani.



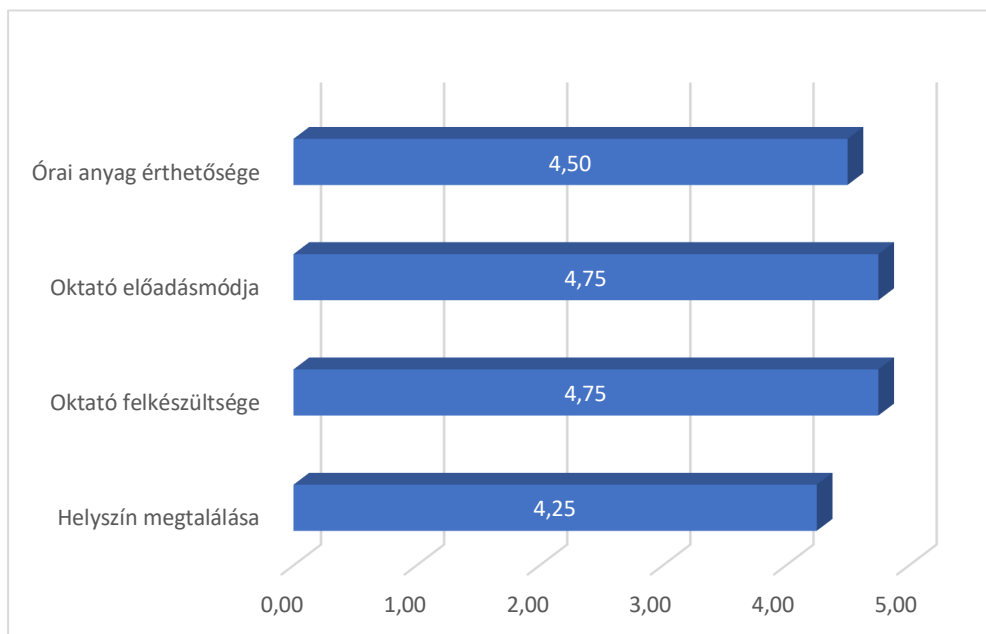
14. ábra: Ihrig Károly tanulmányi verseny elégedettségi értékei

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

10. DEXPO óralátogatás

Ez a Debreceni Egyetem hagyományos nyílt napja a középiskolás felvételi döntésben segíti az érdeklődőket. Személyes tapasztalatokat szerezhetnek arról, milyen lehet debreceni egyetemistának lenni. A program célja: segíteni a felvételi előtt álló, leendő egyetemistáknak a döntésben. Két napos esemény ideje alatt a 13 kar kínálatával, campusokkal lehet ismerkedni, információt szerezni sportolási és szabadidős lehetőségekről. A középiskolások a különböző bemutatkozó standokon hallgatók, a tájékoztató előadásokon oktatók, kari vezetők a több mint száz bemutató óra keretében pedig egyetemi oktatók segítségével kapnak hasznos tanácsokat a képzések mellett a tehetséggondozásról, a nyelvvizsga-, valamint a külföldi tanulmányi lehetőségekről, a juttatásokról és a mentálhigiénés szolgáltatásokról.

Az elégedettséghez kapcsolódó értékeket a 15. ábra szemlélteti.



15. ábra: **Óralátogatás DEXPO keretén belül elégedettségi értékek**

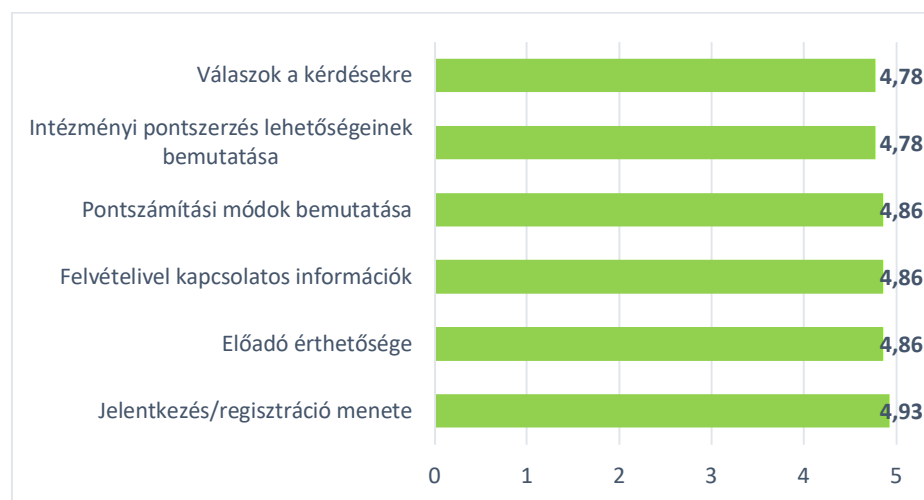
Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

E programnál ismét találkozunk a helyszín megtalálásának nehézségével. Az információ hiányos vagy nem elég érthető a résztvevők számára. A beiskolázási csoport e rendezvény esetében kitelepülőként vesz részt, a szervezésre nincs közvetlen ráhatása. Ettől függetlenül e kutatásban mért elégedettséget prezentálhatja a szervezők részére annak érdekében, hogy a jövőben kedvezőbb értékeléseket láthassunk.

11. Szülői értekezlet/Felvételi tájékoztató

Első kézből, a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Dékán asszonyától kaphatnak információkat a soron következő felvételi eljáráshoz mind a diákok, mind pedig a szülők. Személyes vagy online jelenlét mellett megtudhatják a felvételizők, hogyan lehet a pontjaikat maximalizálni, a karon érvényes intézményi pontrendszer lehetőségeit beszámítani. Fókuszban a felvi.hu rendszerén történő jelentkezés beadása van.

Az elégedettséget az alábbiak szerint a 16. ábra szemlélteti. Jelentős számban vesznek részt ezen az eseményen. A legfontosabb a pontos információszerzés felsőoktatási felvételi jelentkezés előtt és az átlagok is azt mutatják (4,78-4,93 közötti értékek), hogy mindenki elégedetten, kérdéseire kapott válaszokat megértve távozott. A beiskolázási csoport egyik legfontosabb eseménye annak ellenére, hogy adminisztrációs teendők jellemzik csak ezt a napot.



16. ábra: Szülői értekezlet/Felvételi tájékoztató elégedettsége

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

A jelentkezéshez csak egy regisztráció szükséges, vagy egy email-cím megküldése, s ez könnyen megvalósítható – 4,93 átlagot rajzolt ki a résztvevők értékelése. Ahhoz, hogy egy középiskolai tanuló felelősségteljes és megalapozott döntést tudjon meghozni a továbbtanulásával kapcsolatban – intézmény, kar, szak –, ahhoz hozzájárul az átlátható, hiteles, részletes tájékoztatás. Az esemény során kialakul egyfajta bizalom, szimpátia, meggyőződés, ezt a fenti ábra értékei is megerősítik.

A kérdőív harmadik szakaszának eredményei következnek zárásként.

Honnan informálódtál az eseményről, amin részt vettél?

4. táblázat: Informálódási csatornák eseményekről (%)

1.	Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Facebook oldaláról	49
2.	Debreceni Egyetem honlapjáról	18
3.	Osztálytársaimtól/barátaimtól	14
4.	Egyéb választ jelölt	11
5.	Instagramról	4
6.	keep.unideb.hu oldalról	4
7.	Tik-Tok-ról	0

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

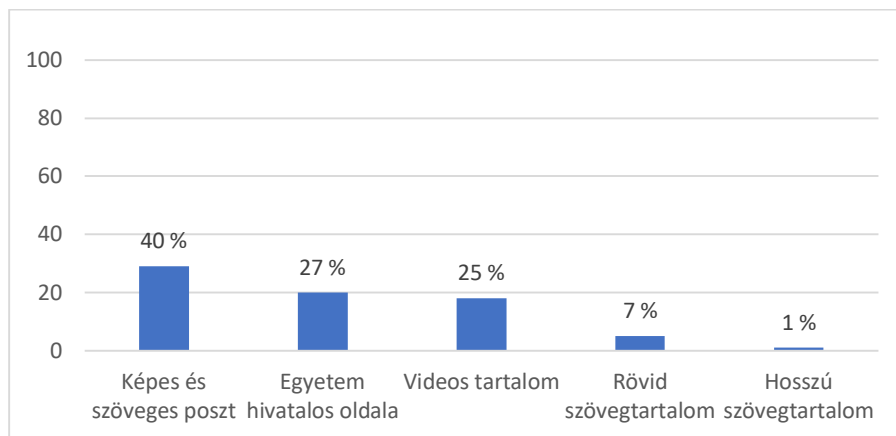
A 4. táblázatra tekintve Pásztor és Bak (2020) kutatásával megegyező eredményt láthatunk. A Z generáció Facebook oldalakat helyezi előtérbe információ szerzéséhez, ez a legtöbbet

használt közösségi média platform kutatási eredményeimben is. Második helyen a Debreceni Egyetem honlapja áll, úgy gondolják a válaszadók, hogy az is hiteles, friss információkat tartalmaz, könnyű értelmezhetőséget, keresést ad számukra.

Ellenben szót kell ejteni a sor végén szereplő Tik-Tok-ról, keep.unideb.hu oldalról és Instragramról. Ezek a felületek lényegesen kevesebbet kerülnek felkeresésre egyetemi információk szerzése kapcsán. A keep.unideb.hu mint szövegtartalom nem kapcsolható első látásra a Gazdaságtudományi Karhoz, vagy bármelyik más karhoz sem.

Mely tartalmakból informálódsz a legszívesebben?

A beiskolázási anyagoknak vizuálisan megnyerőnek, „mobilbarátnak” kell lenniük. A válaszadók megerősítették részben ezt a megállapítást, lehet látni a 17. ábra első oszlopán. Preferencia a „Képes és szöveges poszt”, de a jövőben fókuszba kell kerülnie a „Videós tartalmak”-on keresztül történő események ismertetésére, a kar népszerűsítése érdekében. Az egyetem hivatalos oldala az intézményi transzparencia, a szakmai hitelesség és stratégiai kommunikáció kiemelt eszköze amellet, hogy hiteles, átfogó információtartalommal bír.



17. ábra: Első helyen megjelölt legkedveltebb tartalmak informálódáshoz

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

Honnan kaptad a legpontosabb tájékoztatást a Gazdaságtudományi Karra jelentkezéskor felvételi eljárással kapcsolatos kérdésekben?

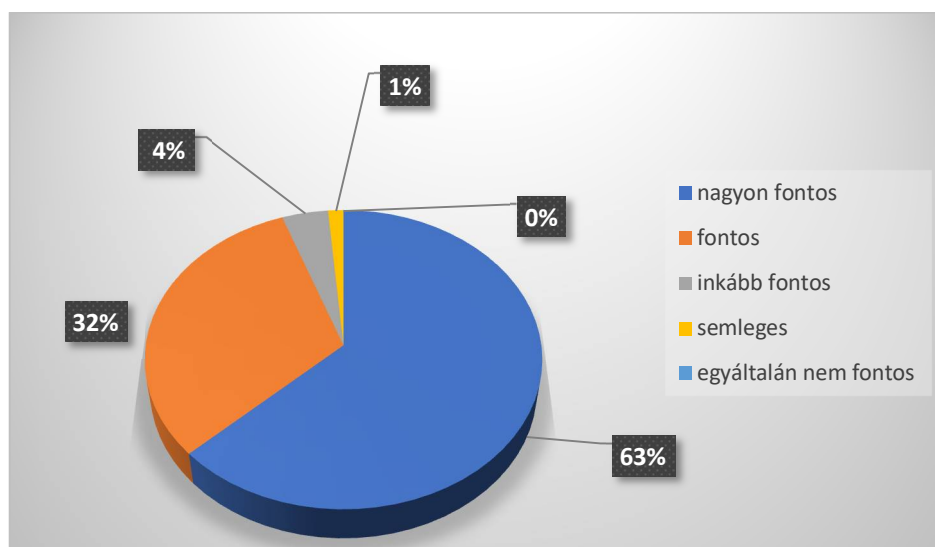
5. táblázat: Legpontosabb tájékoztatás helye felvételi eljárás idején

Az egyetem honlapjáról különböző tájékoztató oldalon	44 %
Kari interaktív nyílt napon	16 %
Beiskolázási csoporttól e-mailben	12 %
DEXPO nyílt napon	8 %
Egyéb válasz	8 %
Beiskolázási csoporttól telefonon	7 %
Egyéb rendezvényen	5 %

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

E kérdés vizsgálata több szempontból mutat fontosságot, melyet az 5. táblázat adatai mutatnak. A felvételi eljáráshoz kapcsolódó pontos információk segítik a jelentkezőket tudatosabban szakot és kart választani. A kar (beiskolázási csoport) számára fontos visszajelzés hogy az információ és tájékoztatás mely csatornákon jut el leghatékonyabban a diákokhoz. Mint a fenti táblázatból láthatjuk, az egyetem honlapja, mint sokak által biztos információszerzési csatorna továbbra is megbízhatónak, elérhetőnek kell lenni a programsorozatok, információáramlás tekintetében.

Véleményed szerint mennyire fontos, hogy a középiskolásoknak legyen lehetőségük egyetemi beiskolázási programokon részt venni?

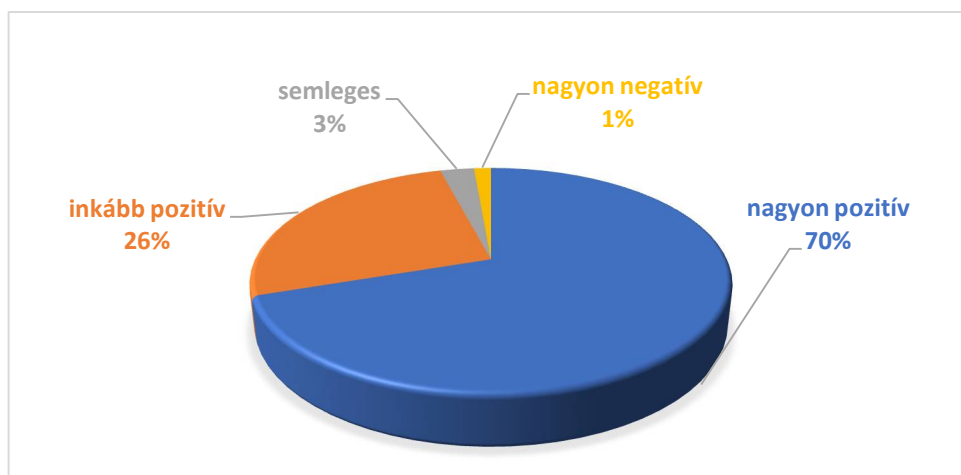


18. ábra: Beiskolázási programok fontossága

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

A 18. ábrán válaszadók „fontosnak” és „nagyon fontosnak” ítélik a középiskolások bevezetését az egyetemi létformába, melyet különböző programok szervezésével lehet megvalósítani. Ugyanakkor a kompetenciafejlesztők előtérbe kerülése is igény, mert aki céltudatosan választ szakot és kart, esetleg tehetségét szeretné megmutatni, már ismeretet szeretne szerezni középiskolai tanulmányai alatt is.

Milyen benyomást tett rád az egyetem a programokon való részvétel során?



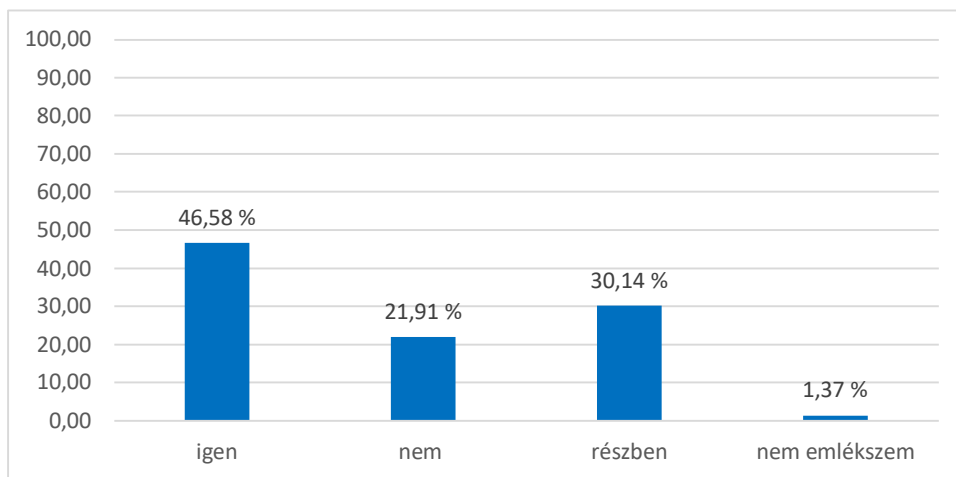
19. ábra: Egyetem megítélése programokon való részvétel során

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

Az egyetemi életbe történő betekintéssel, órai látogatások és csapatmunkák alkalmával egyfajta attitűdöt érezhetnek a diákok. A 19. ábráról leolvasható – 70 % – magas arányú „nagyon pozitív” benyomással volt az egyetem megítélésében. A 26 %-os „inkább pozitív” véleménnyel, együtt már 96 % esetben kijelenthetjük, hogy jó érzéssel, jó tapasztalattal távozott az eseményről.

Befolyásolták-e döntésedet a programok, hogy melyik egyetemre jelentkezsz?

A 20. ábrán látható eredmény alapján az „igen” válaszok 46,58 %, ami elég magas érték, azt is számításba véve, hogy „részben” választ (30,14 %) hozzáadva már 76,72 % az, akire befolyással bírtunk a rendezvényeink megtartásával.



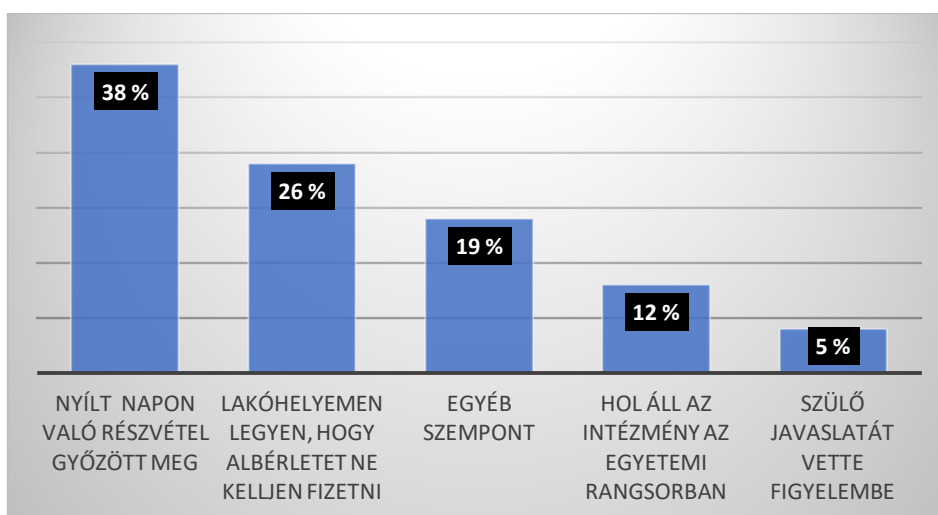
20. ábra: **Programok befolyása egyetemre jelentkezéskor**

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

Milyen szempontok alapján választottál intézményt?

E kérdés válaszait a 21. ábra összegzi.

Első helyen 38 % esetében szerepelt a Nyílt napon való részvétel –, 26 % esetében a lakhatás kérdése volt fontos, egyéb szempontot 19 % választott, 11 % gondolta azt, hogy az egyetemi rangsor a legfontosabb számára és végül csak 5 % tanulónál számított, hogy szülői javaslatra válasszon intézményt.



21. ábra: **Első helyen megjelölt intézményválasztás döntő szempontjai**

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

A nyílt nap vonzza a legtöbb résztvevőt – akár tízszeres létszám is várható más eseményekhez viszonyítva –, a visszajelzések alapján kedvezően hat e nap programja az érdeklődőkre. A plusz intézményi pont szerzésének lehetősége (3 pont) nem mérvadó, inkább a közösség és Campus megismerése kerül előtérbe.

Másik egyetem programján is részt vettél?

Igen válasz: 32 %

Nem válasz: 68 %

A felsőoktatási intézmények versenyhelyzetét érzékelve a diákok egy része természetesen más egyetem középiskolásoknak szóló rendezvényén is részt fog venni, hogy saját meggyőződéssel tudja meghozni döntését. Kispálné és Vincze (2009) tanulmányában első helyen a saját elképzelés a befolyásoló tényező a továbbtanulás eldöntésénél és az elsőként megjelölt intézmény kiválasztásánál. Kutatásom eredményeként a nyílt napon való részvétel volt nagy arányban a döntő tényező (38,4 %), tehát az attitűd, saját tapasztalás nagy mértékben befolyásoló hatás.

A kérdőív utolsó szakaszában egyénileg kellett megválaszolni a kérdéseket, javaslatokat, ezekből fontosnak találtam többet is felsorolni a feltett kérdéshez igazodva.

Mi tetszett legjobban a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar rendezvényén?

A megadott válaszokat a 2. sz. *melléklet* tartalmazza teljes körűen. Néhányat ismertetek a 22. *ábrán*. A vélemények sok szempontból lettek megfogalmazva, ez igazán hozzájárul ahhoz, hogy a beiskolázási csoport hogyan tervezze és szervezze a jövőben eseményeit. Sok-sok pozitív visszajelzés került kinyilvánításra.



22. ábra: **Résztevők tetszésének kinyilvánítása**

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

Milyen közösségépítő programot tudnál még elképzelni középiskolások részére?

A megadott válaszokat a 3. sz. *melléklet* tartalmazza teljes körűen. A 23. ábra néhány kiragadott gondolatot sorol fel. A közösségépítő programoknak teljes mértékben igazodniuk kell a jelen generáció igényeihez, elvárásaihoz. Figyelembe kell venni kutatásomban felsorolt ajánlásokat, véleményem szerint a toborzás sikere rejlik benne.

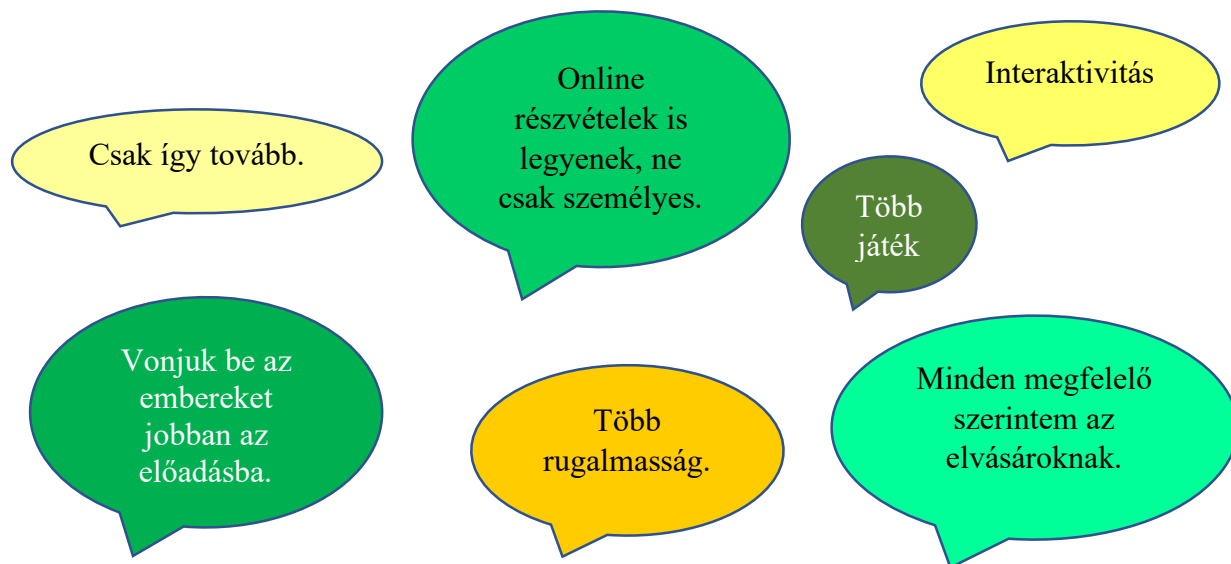


23. ábra: **Javaslat közösségépítő programokra**

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

Mit tudsz javasolni jövőbeni programjaink fejlesztéséhez?

A megadott válaszokat a 4. sz. melléklet tartalmazza teljes körűen. A 24. ábra néhány javaslatot vázol fel.



24. ábra: **Javaslatok jövőbeni programjaink fejlesztéséhez**

Forrás: Saját szerkesztés kérdőívek alapján (2025)

4. Következtetések és javaslatok

Fontosnak tartom megemlíteni, hogy az alábbiakban megfogalmazott konklúziók és javaslatok nagyrészt a dolgozatban ismertetett kutatásokon és tapasztalatokon alapulnak. Mivel a mintavétel nem reprezentatív, így az eredmények és levont következtetések is csak a vizsgálatba bevont mintára érvényesek. A kérdőívek a beiskolázási csoport által szervezett valamely programon már részt vevők körébe kerültek kiküldésre. A 73 választ adók jelentős része Debrecenben tanult középiskolában, a közel egynegyede Szabolcs-Szatmár-Bereg Vármegyében. A kérdőívek anonimok voltak a kitöltőket nem lehetett beazonosítani. A kutatásom egyrészt arra irányult, hogy felmérjem, a középiskolás diákok mennyire elégedettek programjainkkal, továbbá ehhez kapcsolódó információkat mely kommunikációs csatornák segítségével szerzik, milyen célok és motivációk játszanak szerepet döntéseikben a felsőoktatási intézményben történő továbbtanulásnál. A kapott adatok alapján a TDK középiskolai tagozat esemény kiváló – 5,00 – elégedettséget szerzett, követte az Emelt szintű matematika érettségire felkészítő tréning 4,90 átlaggal és a Szülői értekezlet/Felvételi tájékoztató 4,85 értékkel. Kedvezőtlenebb eredmény kettő eseménynél fordult elő, a Pályaorientációs nap – 4,46 – és Interaktív kari nyílt nap – 4,49 átlag – esetében. A programféleségek zöme 4,50-4,70 átlag érték közé esett, ami jó érték, de a fejlődést szorgalmazni kell.

A Z generáció informálódáshoz használt platformja ötven százalékban a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar facebook oldala volt, nagyon minimális számban böngésztek az Instagramon vagy keep.unideb.hu oldalunkon. Érdekesnek tartották információszerzéshez a Debreceni Egyetem hivatalos oldalát, de ami meglepő, a szájról-szájra terjedő információ sem maradt el, hiszen Osztálytársaktól/Barátoktól is értesültek eseményeinkről. Kiderült a kutatásból, hogy képes és szöveges posztok tartalmait preferálja ez a korosztály és az Egyetem hivatalos oldala mellett videós tartalmakat keres fel legszívesebben információ szerzéséhez. A legpontosabb tájékoztatást felvételi eljáráshoz az Egyetem honlapjáról tudták megkapni a válaszadók többségében, továbbá Kari interaktív nyílt napon, de ez már elenyésző szám.

A válaszokból rávilágítottak, hogy nagyon fontosnak tartják a középiskolásoknak szóló programjainkon való részvétel lehetőségét, ennek hatására nagyon pozitív elégedettséggel voltak Egyetemünkről, s ennek következményeként teljes mértékben vagy részben döntéseikre befolyással volt az egyetemválasztás a kellemes esemény átélésének köszönhetően.

Az eredmények alapján végső konklúzióként megállapíthatjuk, hogy a beiskolázási csoport mind a 11 féle programjából 9 meghatározó és hatékony ahhoz, hogy a leendő hallgatók esetlegesen karunkat válassza továbbtanulás céljából. A tanulók gazdaságtudományi érdeklődési körére alapozva és a tehetséggondozás pozitív megítélésének kombinációja sikerességet jelez a jövőre nézve. A területi eloszlást illetően kettő vármegyéből várható nagyobb számú jelentkezés, mégpedig Hajdú-Bihar és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyéből. Távolabbi lakhelyről hallgatókat toborozni főleg nagyobb számban kihívás, főleg a kollégiumi szoba alacsony elégedettségi értékelése miatt, valamint az eseményeinken kevés számmal történő részvétel is ezt erősíti meg. Mindent egybe vetve a Debreceni Egyetem Gazdaságtudomány Karát versenyképesnek mondhatjuk a programok sokszínűségével és kedvező megítélések, kellemes élmények szerzése alapján.

Javaslatok:

Legelső helyen és mint legfontosabb meglátás a részemről az, hogy a pontos információkhoz személyes beszélgetések alkalmával tudunk hozzáférni. Erősen preferálom az interjúk készítését bármely eseményhez kapcsolódva! Elengedhetetlennek tartom már a középiskolában megvalósuló párbeszéd folytatását laza keretek között, mert igényli ez a korosztály, hogy figyeljenek rájuk, kíváncsiak legyünk érzéseikre, jó ötleteikre. Ezt kérdőívezés formájában nem lehet feltárni, megvalósítani!

El tudom képzelni, hogy az egyetem részéről kerül kezdeményezésre a középiskolákban történő megvalósítással pl.: „Ötletóra”, „Hova tovább?”, „Szeretném, ha sikerülne!”, „Miért is ne?” címmel motivációs beszélgetés, melynek célja a magabiztosság megalapozása, a kételyek, bizonytalanságok felszámolása a továbbtanulással kapcsolatban. A lényeges ebben az órában az lenne, hogy nincs „köbevésett” terv, hanem ők maguk határozzák meg a beszélgetés ritmusát, hozzászólásuk tartalmát! Az egyetemi oktató hitelességén túl annyira hivatott ezen órákon, hogy terelje a beszélgetést.

A TDK középiskolai tagozat esetében a jövőben e maximális szint megtartása a cél mind szervezési, mind lebonyolítás területén. A beiskolázási csoport tevékenységét tekintve egyik nagy feladat a programok színvonalának megtartása és javítása. A kar honlapját és facebook posztokkal közzétett információs csatornákat nagyobb hangsúllyal kezelje, bővítse ki a válaszadók által preferált, kedvelt képes és szöveges posztokat, videós tartalmakon keresztül népszerűsítő megjelenésekkel. A gazdasági tárgyak megismertetéséhez kompetenciafejlesztő

tartása megvalósíthatónak tartanám a távoli megyék középiskolaiban is szakkör, fakultáció keretén belüli népszerűsítését annak érdekében, hogy a tanulók érdeklődési körét formáljuk, felkeltsük figyelmüket e téma fontosságára. Ennek hatására elindulhat egy hosszan tartó folyamat, melynek végén a Gazdaságtudományi Karunkon való továbbtanulás realizálódik a tanulók részéről. A felmérés alapján a gimnáziumban tanulók részére különösen javaslom a szakkör, fakultáció keretein belüli gazdasági tárgyak beiktatását, még ha abból vizsgát nem is tesznek.

A távoli jövőre gondolva általános iskolában is népszerűsíteni lehetne a gazdasághoz, pénzhez, vállalkozáshoz való tudatos felkészítést, természetesen életkorhoz igazítva, gyakorlatorientáltan akár egy matematika órai anyagba beépítve vagy osztályfőnöki óra keretén belül élményt szerző játékos formában.

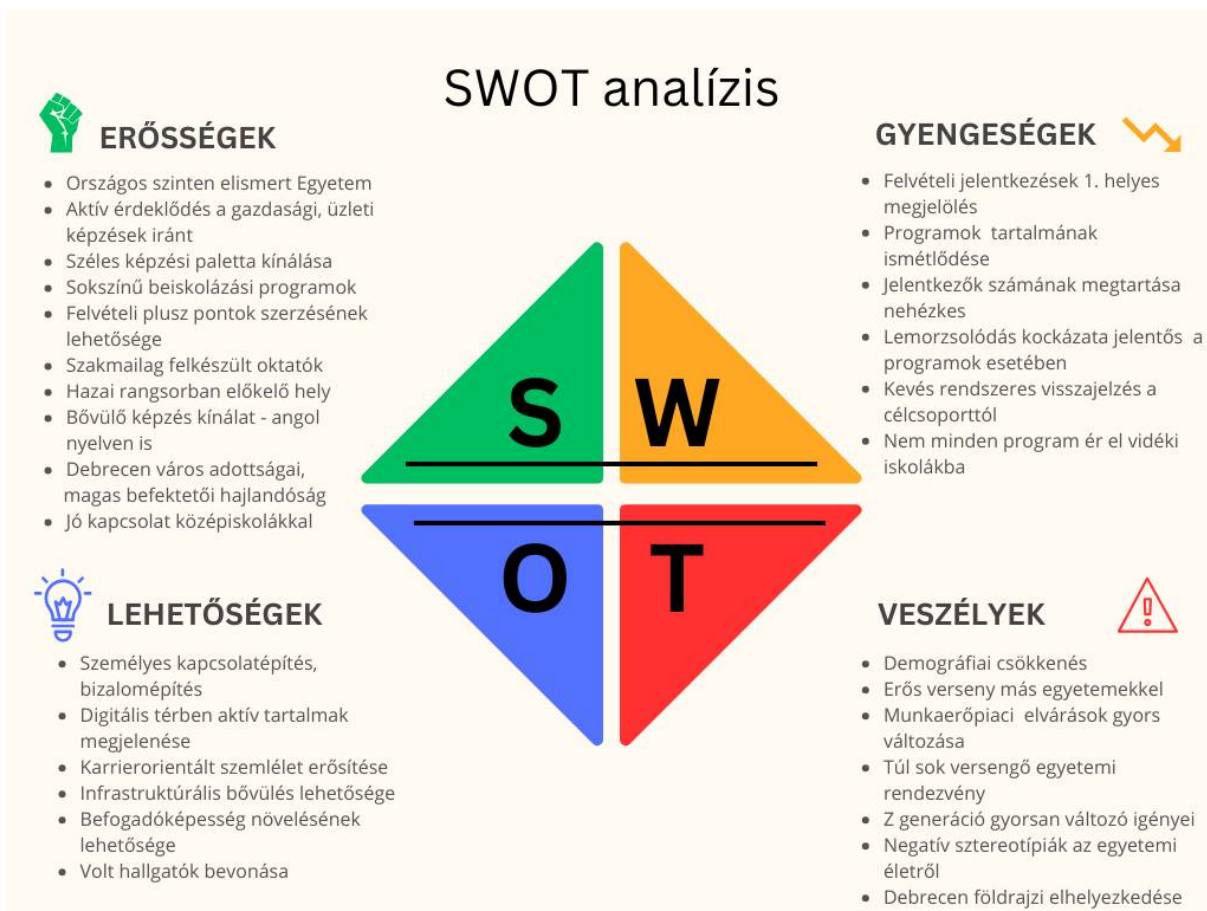
Átgondolást igényel a keep.unideb.hu oldalon közzétett információ hasznossága, eredményessége, mert az eredmények azt mutatják, hogy előrébb való egy emailben történő informálódás is vagy gyorsabb egy osztálytárs, baráttól hallomás útján vett információáramlás. A keep.unideb.hu oldal helyett a Debreceni Egyetem honlapján vagy facebook oldalon javaslom a programjaink hirdetését, hiszen az eseményekről 14 %-kal többen szereztek tudomást e felületről, mint a keep.unideb.hu oldalról (csupán 4 %-ot könyvelhetünk el).

A Kutatók éjszakája és óralátogatás DEXPO keretein belül részvételi aránya nagyon alacsony a többi programhoz képest. Ezen eseményeken tapasztalt élményeket, információkat és plusz pontokat meg tudja szerezni Interaktív kari nyílt napon a középiskolás tanuló, Economisteries nyílt napon és inkább e programokat hirdetném videós, képes tartalmakkal a Gazdaságtudományi Kar facebook oldalán.

4.1. SWOT-analízis

4.1.1. A Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Beiskolázási csoportjának SWOT-elemzése

Fontosnak tartottam SWOT-analízist készíteni – 25. ábra –, hiszen kulcsfontosságú stratégiai átgondolásokhoz segítséget nyújt, ezáltal tudatos döntéseket lehet felvázolni a toborzási, beiskolázási, PR kommunikáció folyamat során. Azon túl, hogy egy vezetői döntéstámogató eszköz is, az erőforrások tudatos elosztását megmutatja és a külső kihívásokra is választ adhat.



25. ábra: SWOT-analízis

Forrás: Saját szerkesztés (2025)

Összefoglalás

Témaválasztásom köszönhető annak a ténynek, hogy a beiskolázási csoport dolgozója vagyok, ezáltal közvetlen tapasztalattal is rendelkezem az egyes események szervezése, bonyolítása, adminisztrálása terén. Személyes találkozás a középiskolai tanulókkal minden esetben élmény számomra, kíváncsiságom e korosztály felé mérhetetlen. Ezt megelőzően nagy öröömre szolgált az Economisteries nyílt napon részt vevőként megjelenni, majd később a közgazdásztanár képzéshez kapcsolódó gyakorlati órákat az Economeet táborban eltölteni.

E téma feldolgozása lehetőséget biztosított több aspektusból feltárni a felsőoktatásba jelentkezők motivációit, prioritásait, mely eredmények integrálásával a beiskolázási tevékenységek jelentős számú hallgatót lesznek képesek vonzani a következő években, egy részről megerősítve a Magyarország Észak-keleti régióból érkezett jelentkezők számát, más részről a távolabbi vármegyéből érdeklődők számát. Az eredmények rámutattak a középiskolások körében előforduló jelentős mértékű pályaaorientációs bizonytalanságokra is, melyhez az előző fejezetben javaslatot fogalmaztam meg. A kutatás másik kiemelkedő megállapítása a marketingstratégia vonatkozásában született. A középiskolás korosztály számára leginformatívabb kommunikációs csatorna a facebook, az információtartalmak videó formájában a legkedveltebbek. A sokszínűség, hitelesség, folyamatos jelenlét az online térben a felsőoktatási intézmények versenyképességének növelését eredményezi.

A kérdőívemben lehetőséget adtam a kitöltők részére, hogy saját szavaikkal véleményt formáljanak. Az egyéni hozzászólások elemzése során egyértelművé vált számomra, hogy a dolgozatom célközönsége – Z generáció – elvárja és igényli a személyes jelenlétet, figyelmet, közvetlen visszajelzést, még ha első látásra, vizsgálódásra nem ezt gondoljuk róluk. Képesek hirtelen nagy fejlődést elérni, ötleteik jövőbe mutatóak, reálisak. Nyitottak a csapatmunkára, s bár digitálisan orientáltak és önállóknak tűnnek, valójában fontos számukra az emberi kapcsolódás és a támogató környezet. A kreativitás és realitás együttes jelenléte a szemléletükben és gondolkodásukban különösen értékesé teszi őket az oktatási és majd a munkahelyi környezetben egyaránt. Megállapítottam, hogy dolgozatom kérdőíve összehasonlító alapot tud nyújtani évről-évre a középiskolások attitűdjeinek, elégedettségének méréséhez a beiskolázási csoport által szervezett programokon részt vettek körében.

A gazdaságtudományi terület komplex módon foglalja magába a gazdasági, pénzügyi, vállalkozási, kereskedelmi és marketing témaköröket, az eseményeken is erre törekednek az oktatók, hogy minden diák megtalálja a magához illőt, amit szívesen kutat, előad, ami jelentős mértékben hozzájárul a képzés iránti érdeklődés kialakulásához és a pályaválasztási döntések meghozatalához. Az elméleti ismeretek megszerzése mellett a gyakorlati, projekt oktatás dominanciáját meg kell tartani. A sikert megérezve motiválttá és még érdeklődőbbé válnak a tanulók, s bízhatunk abban, hogy a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi karra jelentkezők száma évről-évre emelkedést tud produkálni a sokféle programunk megtartása mellett.

Végül meg szeretném jegyezni, hogy a felsőoktatásba történő felvétel során elfogadható intézményi pontok jogcímeit, értékeit, elfogadhatóságának feltételeit, dokumentumait minden évben indokolt felülvizsgálni annak érdekében, hogy azok igazodjanak a változó társadalmi, gazdasági és oktatási környezethez, valamint biztosítsák az átlátható, igazságos és versenyképes felvételi rendszer működését. Végezni kell ezt annak érdekében, hogy a munkaerőpiacra kikerülő végzett hallgatók elégedettséggel, magas szintű kompetenciával tudjanak felelősségteljes pozíciókat betölteni, jövőképük és tisztességes megélhetésük biztosítva legyen. Az intézmények hitelessége, versenyképessége növeli a jelentkezők bizalmát!

Irodalomjegyzék

2019. évi LXXX. törvény a szakképzésről

<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1900080.tv>

2011. évi CCIV. törvény a nemzeti felsőoktatásról

<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1100204.tv>

Bander, K., Berács, J., Horváth, Á., Hrubos, I., Kováts, G., Nagy, G., & Veroszta, Zs. (2012). *Elefántcsont toronyból világító torony – A felsőoktatási intézmények misszióinak bővülése, átalakulása*. Aula. ISBN 978-963-339-033-7

https://unipub.lib.uni-corvinus.hu/948/1/Hrubos_edu_2012a.pdf

Berki, B., Kéri, A. (2023). Hatékony marketingkommunikáció kialakítása a felsőoktatási intézmények körében kreatív kiscsoportos megkérdezés segítségével.

<https://doi.org/10.62561/EMOK-2023-02>

Bikics, G. (2023). A Miskolci Egyetem beiskolázási tevékenysége a nemzetközi összehasonlító pedagógia szemszögéből. *Publicationes Universitatis Miskolcensis, Sectio Philosophica, XXVII*(3). 5–23. Doi: 10.32979/PUM.SPH.2023.3.1

https://epa.oszk.hu/02100/02137/00044/pdf/EPA02137_pum_2023_03_005-023.pdf

Bókay, A., & Derényi, A. (2010). A magyar bolognai folyamat – Az oktatás, a képzés és a tanulás új útjai a felsőoktatásban. *Iskolakultúra, 2010*(9).

https://real.mtak.hu/57864/1/11_EPA00011_iskolakultura_2010-09.pdf

Derényi, A. (2019). A bolognai folyamat célkitűzéseinek magyarországi megvalósítása. *Bologna füzetek 5*.

<https://tka.hu/getDoc.php?doc=ff4290a5b839cbb3c0d154e0c1ff4cfb21ca0653>

Doroudi, S. (2023). The Intertwined Histories of Artificial Intelligence, and Education. *International Journal of Artificial Intelligence in Education, (33)*, 885–928.

<https://doi.org/10.1007/s40593-02200313-2>

Goldfárthné Veres, E. (2023). A jogszabályi hatások változása a hazai felsőoktatás jogi kultúrájának főbb elemeire. *Glossa Iuridica, X*.(1-2), 181-207.

<https://doi.org/10.55194/GI.2023.1-2.9>

González, J., & Wagenaar, R. (2003). Tuning Educational Structures in Europe. Final Report, Phase One. *Groningen*, University of Deusto.

https://tuningacademy.org/wp-content/uploads/2014/02/TuningEUI_Final-Report_EN.pdf

Hamza, G. (2013). A kétszintű egyetemi képzés kérdése a jogi felsőoktatásban – A Bologna folyamat problémái. *Polgári Szemle*, 9.(3-6).

https://polgariszemle.hu/images/content/pdf/psz_2013._3-6.szam.pdf

Hoffmann, A. (2022). A Z generáció pályaválasztása. *Új Munkaügyi Szemle*, 3.(4).

https://real.mtak.hu/154464/1/Hoffmann_Anna.pdf

Hőgye, A., Vida, C. & Trautmann, L. (2024). Az egyetem feladatainak átalakulása. *Summer 2024*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.14267/RETP2024.02.02>

Jancsó, T., & Szalkai, G. (2017). A magyarországi felsőoktatási vonzáskörzetek jellemzői, az intézmények elérhetősége és a középiskolák szerepe a jelentkezésekben. *Földrajzi közlemények*, 141(4). 370-385.

https://real.mtak.hu/226643/1/foldrajzi_kozlemenyek_2017_4_370-385.pdf

Józsa, G. (2020). Lemorzsolódási kockázat és jelentkezés a felsőoktatásba. *Képzés és gyakorlat*, 18(1-2). DOI: 10.17165/TP.2020.1-2.5

<https://journal.uni-mate.hu/index.php/trainingandpractice/hu/article/view/4202/4520>

Józsa, G. (2021). Végzős szakközépiskolás tanulók szándéka: Egy próbamérés eredményei. *Neveléstudomány*, 2021(12). DOI: 10.21549/NTNY.35.2021.4.8

<https://ojs.elte.hu/nevelestudomany/article/view/6743/5186>

Józsa, G. (2024). Szakképzésből a felsőoktatásba. MATE Press. DOI: 10.54597/mate.0122
ISBN: 9789636230937

https://www.researchgate.net/publication/380123666_Szakkepzesbol-a-felsooktatásba_teljes

Kispálné, H. M. & Vincze, Sz. (2009). Végzős középiskolások továbbtanulással kapcsolatos motivációi, döntései és az azokat befolyásoló tényezők. *Tanulmányok*, 2009(12).

https://epa.oszk.hu/00000/00035/00138/pdf/EPA00035_upsz_200912_057-073.pdf

Kis, M. (2025). Jó marketinggyakorlatok agrárszakképzésben. *Acta Carolus Robertus*, 15(1), 120-134. DOI: 10.33032/acr.6807

<https://journal.uni-mate.hu/index.php/acr/hu/article/view/6807/7101>

Kotler, P. (1998). *Marketing menedzsment*. Műszaki Könyvkiadó
ISBN: 963-16-1534-0.

Kozma, T. (2022). Múltból jövőt. *Educatio*, 31(1), 3-13.
<https://doi.org/10.1556/2063.31.2022.1.1>

Kuráth, G. (2008). A vonzerőfejlesztés lehetőségei a felsőoktatásban. *Marketing és menedzsment*, 2008(2). 26-36.

<https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/542/436>

Kuráth, G. & Sipos, N. (2019). Felsőoktatási jelentkezések – Új hallgatók, új módszerek? *Magyar Tudomány*, 180(8). 1166-1174. DOI: 10.1556/2065.180.2019.8.7

https://epa.oszk.hu/00600/00691/00191/pdf/EPA00691_mtud_2019_08_1166-1174.pdf

Lehota, J., Komáromi, L. (2019): Piac, verseny és marketing a felsőoktatásban. *Marketing & Menedzsment*. 36(4) 61-67.

<https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/1525/1363>

Long, D. & Magerko, B. (2020). What is AI literacy? Competencies and design considerations. In *Proceedings of the 2020 CHI conference on human factors in computing systems*. Association for Computing Machinery. 1–16. DOI: 10.1145/3313831.3376727

<https://doi.org/10.1145/3313831.3376727>

McCrindle, Mark, & Wolfinger, Emily (2009). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Sydney: UNSW Press.

[https://www.researchgate.net/profile/Mark-](https://www.researchgate.net/profile/Mark-Mccrindle/publication/328347222_The_ABC_of_XYZ_Understanding_the_Global_Generations/links/5bc7c9d692851cae21ad1d6d/The-ABC-of-XYZ-Understanding-the-Global-Generations.pdf)

[Mccrindle/publication/328347222_The_ABC_of_XYZ_Understanding_the_Global_Generations/links/5bc7c9d692851cae21ad1d6d/The-ABC-of-XYZ-Understanding-the-Global-Generations.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Mark-Mccrindle/publication/328347222_The_ABC_of_XYZ_Understanding_the_Global_Generations/links/5bc7c9d692851cae21ad1d6d/The-ABC-of-XYZ-Understanding-the-Global-Generations.pdf)

Pais E. R. (2013). Alapvetések a Z generáció tudománykommunikációjához. Pécsi Tudományegyetem, Pécs.

https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pais_alapvetesek_a_z_generacio_tudomany-kommunikaciojához_-_tanulmány_2013.pdf

Pásztor, J., Bak, G. (2020). Z generáció online: Közösségi média használat, FoMo és a társas kapcsolatok közötti összefüggések. *XXIII. Tavaszi Szél Konferencia*.

https://figshare.com/articles/preprint/Z_generaci%C3%B3_online_-_K_z_ss_gi_m_dia_haszn_lat_FoMO_s_a_t_rsas_kapcsolatok_k_z_tti_ssze_f_gg_sek/12751049/1?file=24128360

Polónyi, I. (2023). Integrációk a hazai felsőoktatásban az elmúlt harminc évben. *Tudásmenedzsment*, 24(3) különszám, 56-74.

<https://journals.lib.pte.hu/index.php/tm/article/view/6694/6350>

Polónyi, I. (2023). A hazai kétszintű felsőoktatási képzés néhány jellemzője. *Köz-gazdaság*, 54-92. <https://doi.org/10.14267/RETP2023.04.05>

Polónyi, I. (2024). A hazai felsőoktatási rendszer átalakulásai. *Új Pedagógiai Szemle*, 2024(9-10) 105-134.

[https://upszonline.hu/resources/volumes/74/issues/09-10/upsz_74\(09-10\)_2024_013_polonyi_istvan.pdf](https://upszonline.hu/resources/volumes/74/issues/09-10/upsz_74(09-10)_2024_013_polonyi_istvan.pdf)

Polónyi, I. (2025). Hová jutott a hazai felsőoktatás? *Opuscula Theologica Et Scientifica*, 3(1), 183–216.

https://real.mtak.hu/218256/1/OTS_2025_3_1_183_216.pdf

Prensky, M. (2001). *Digitális bennszülöttek, digitális bevándorlók*.

https://goliat.eik.bme.hu/~emese/gtk-mo/didaktika/digital_kids.pdf

Rébay, M. (2002). Felsőoktatási integrációs törekvések az 1990-es években és ezek megvalósulása.

<https://terd.unideb.hu/doc/rebay.pdf>

Svartner, B. & Kun, A. I. (2014). A Debreceni Egyetem Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kara által szervezett beiskolázási nyílt napok tapasztalatai marketing szempontból.

<http://acta.bibl.u-szeged.hu/65689>

Szabó, J. (2014). Felsőoktatási tehetségterkép – Hallgatói jövőkép. *Felsőoktatási tehetségterkép*, 1(1). 81-94.

https://acta.bibl.u-szeged.hu/75131/1/impulzus_001_001_081-094.pdf

Szolár, É. (2009). Az európai felsőoktatás átalakulása és a Bologna-folyamat céljai *Iskolakultúra*, 2009(9).

<https://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/20896/20686>

Szolár, É. (2009). A Bologna-folyamat kritikai fogadtatása a felsőoktatás-kutatás irodalmában. *Magyar Pedagógia*, 109(2).

<https://www.magyarpedagogia.hu/index.php/magyarpedagogia/article/view/413/400>

Tari Annamária (2011). *Z generáció*. Budapest: Tericum Kiadó Kft.

ISBN: 978-963-9633-92-6

Temesi, J. (2007). A felsőoktatási kreditrendszer, a képesítési kreditrendszer és az ekvivalencia összefüggései. *Educatio*, 2007(2). 217-230.

https://folyoiratok.oh.gov.hu/sites/default/files/article_attachments/temesi_j_0702.pdf

T. Nagy, J., Rajki, Z. & Dringó-Horváth I. (2025). Mesterséges intelligencia a felsőoktatásban *Iskolakultúra*, 35(7).

<https://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/45727/44466>

Veres, P. (2010). A felsőoktatás kihívásai és válaszai az új évezredben. *Iskolakultúra*, (5-6).

174. https://real.mtak.hu/57888/1/4_EPA00011_iskolakultura_2010-05-06.pdf

Veresné Valentinyi, K. (2023). Oktatási reformok, beiskolázási és lemorzsolódási stratégiák. *Szaknyelv és szakfordítás Új folyam*, 1(1). 25-32.

<https://journal.uni-mate.hu/index.php/szsz/hu/article/view/4635/4915>

Mellékletek

1. sz. melléklet

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Beiskolázási csoport rendezvényein részt vettek elégedettségének mérése – kérdőív

2025. 10. 01. 11:59

KÉRDŐÍV

KÉRDŐÍV

Ez a kérdőív azzal a céllal készült, hogy visszajelzést kapjunk azoktól akik 2023. szeptemberétől vettek részt a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Beiskolázási Csoport által szervezett valamelyik programon.

Kedves Kitöltő!

Szeretnénk megismerni, milyen élmény volt számodra részt venni egyetemi rendezvényeken középiskolásként, felvételizőként / szülőként. Kérlek, válaszolj őszintén – a visszajelzésed segíti az egyetemet a jövőbeni beiskolázási programok fejlesztésében.

* Kötelező

1. Hol jártál középiskolába? *

- ☐ Debrecenben
- ☐ Budapesten
- ☐ Más településen Hajdú-Bihar Vármegyében
- ☐ Bács-Kiskun Vármegyében
- ☐ Békés Vármegyében
- ☐ Borsod-Abaúj-Zemplén Vármegyében
- ☐ Heves Vármegyében
- ☐ Jász-Nagykun-Szolnok Vármegyében
- ☐ Pest Vármegyében
- ☐ Szabolcs-Szatmár-Bereg Vármegyében
- ☐ Más Vármegyében
- ☐ Külföldön

2. Milyen típusú középiskolába jártál? *

- ☐ Gimnázium
- ☐ Szakgimnázium
- ☐ Technikum
- ☐ Szakképző iskola
- ☐ Szakiskola

3. Tanultál gazdasági tantárgyakat középiskolában? *

- ☐ Igen
- ☐ Nem

4. Melyik Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar rendezvényén vettél részt? *

- ☐ Kompetenciafejlesztő workshop
- ☐ Emelt szintű matematika érettségire felkészítő tréning
- ☐ TDK középiskolai tagozat
- ☐ Economeet szakmai élménytábor
- ☐ Economisteries nyílt nap
- ☐ Kutatók éjszakája
- ☐ Pályaorientációs nap
- ☐ Interaktív kari nyílt nap
- ☐ Ihrig Károly tanulmányi verseny
- ☐ Óralátogatás DEXPO keretein belül
- ☐ Szülői értekezlet / Felvételi tájékoztató

5. Melyik Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar rendezvényén vettél részt? *

- ☐ Kompetenciafejlesztő workshop
- ☐ Emelt szintű matematika érettségire felkészítő tréning
- ☐ TDK középiskolai tagozat
- ☐ Economeet szakmai élménytábor
- ☐ Economisteries nyílt nap
- ☐ Kutatók éjszakája
- ☐ Pályaorientációs nap
- ☐ Interaktív kari nyílt nap
- ☐ Ihrig Károly tanulmányi verseny
- ☐ Óralátogatás DEXPO keretein belül
- ☐ Szülői értekezlet / Felvételi tájékoztató

16. Mennyire voltál elégedett a kompetenciafejlesztő workshoppal kapcsolatban? *

	1. nagyon elégedetlen	2. elégedetlen	3. semleges	4. elégedett	5. nagyon elégedett
Hirdetési információk	☐	☐	☐	☐	☐
Jelentkezés menete	☐	☐	☐	☐	☐
Helyszín	☐	☐	☐	☐	☐
Oktatói attitűd	☐	☐	☐	☐	☐
Oktató szakmai felkészültsége	☐	☐	☐	☐	☐
Témakörök	☐	☐	☐	☐	☐
Teljesítés feltétele	☐	☐	☐	☐	☐
Számonkérés jellege	☐	☐	☐	☐	☐

17. Mi volt a célod a programon való részvétellel? Állítsd fontossági sorrendbe válaszaidat!
(Legfontosabb legyen az első helyen.) *

Bizonyosságot szerezni az intézményválasztással kapcsolatban.
Megismerni leendő évfolyamtársaimat.
Céltudatosan készülni a felvételire.
Plusz pont szerzés lehetősége.
Érdekes témákat meghallgatni.
Megismerni az egyetemi oktatókat.

18. Részt vettél más programon is? *

- ☐ igen
- ☐ nem

19. Mennyire voltál elégedett az emelt szintű matematika érettségire felkészítő tréninggel? *

	1. nagyon elégedetlen	2. elégedetlen	3. semleges	4. elégedett	5. nagyon elégedett
Hirdetési információk	☐	☐	☐	☐	☐
Jelentkezés menete	☐	☐	☐	☐	☐
Helyszín	☐	☐	☐	☐	☐
Oktatói attitűd	☐	☐	☐	☐	☐
Oktató szakmai felkészültsége	☐	☐	☐	☐	☐
Témák	☐	☐	☐	☐	☐
Teljesítés feltétele	☐	☐	☐	☐	☐

20. Mennyire segítette az emelt szintű matematika érettségidet a tréning? *

- ☐ Nagyon jó eredményt sikerült elérni.
- ☐ A tréning elvégzésével is nehéz volt az emelt szintű érettségi.
- ☐ Nem tettem emelt szintű érettségi.
- ☐ Egyéb

21. Részt vettél más programon is? *

- ☐ igen
- ☐ nem

22. Mennyire voltál elégedett a TDK középiskolai tagozat eseménnyel? *

	1. nagyon elégedetlen	2. elégedetlen	3. semleges	4. elégedett	5. nagyon elégedett
Hirdetési információk	☐	☐	☐	☐	☐
Jelentkezési feltételek	☐	☐	☐	☐	☐
Helyszín	☐	☐	☐	☐	☐
Személyes konzultáció	☐	☐	☐	☐	☐
Prezentációs technikai tréning	☐	☐	☐	☐	☐
Konferencia menete	☐	☐	☐	☐	☐

23. Mi volt a motivációd a TDK középiskolai tagozaton történő részvétellel? Állítsd fontossági sorrendbe válaszaidat! (Legfontosabb legyen az első helyen!) *

Gazdaságtudományok érdekelnek, mélyrehatóan szeretnék vele foglalkozni.
Bemutatni saját témámat, mely foglalkoztat.
Könnyebben bekerülni a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karára.
Visszaigazolást kapni képességeimről.

24. Részt vettél más programon is? *

- ☐ igen
- ☐ nem

25. Mennyire voltál elégedett az Economeet szakmai élménytáborral? *

	1. nagyon elégedetlen	2. elégedetlen	3. semleges	4. elégedett	5. nagyon elégedett
Hirdetési információk	☐	☐	☐	☐	☐
Jelentkezés menete	☐	☐	☐	☐	☐
Csapatvezető	☐	☐	☐	☐	☐
Tanulóközösség	☐	☐	☐	☐	☐
Oktatók szakmai felkészültsége	☐	☐	☐	☐	☐
Oktatói attitűd	☐	☐	☐	☐	☐
Projektmunka	☐	☐	☐	☐	☐
Sportprogram	☐	☐	☐	☐	☐
Kollégiumi szoba	☐	☐	☐	☐	☐
Gyárlátogatás	☐	☐	☐	☐	☐

26. Mi volt a célod az Economeet szakmai élménytáborban történő részvétellel? Állítsd fontossági sorrendbe válaszaidat! (Legfontosabb legyen az első helyen!) *

Ismerkedni a leendő évfolyamtársakkal.

Megismerni az oktatókat.

Szakmai témák megismerése.

Plusz intézményi pont szerzés lehetősége.

Bizonyosságot szerezni az intézményválasztással kapcsolatban.

27. Részt vettél más programon is? *

- ☐ igen
- ☐ nem

28. Mennyire voltál elégedett az Economisteries nyílt nappal? *

	1. nagyon elégedetlen	2. elégedetlen	3. semleges	4. elégedett	5. nagyon elégedett
Hirdetési információk	☐	☐	☐	☐	☐
Jelentkezés menete	☐	☐	☐	☐	☐
Helyszín	☐	☐	☐	☐	☐
Előadások	☐	☐	☐	☐	☐
Előadói attitűd	☐	☐	☐	☐	☐
Program	☐	☐	☐	☐	☐
Kollégiumi szobák	☐	☐	☐	☐	☐

29. Részt vettél más programon is? *

- ☐ igen
- ☐ nem

30. Mennyire voltál elégedett a Kutatók Éjszakája programmal? *

	1. nagyon elégedetlen	2. elégedetlen	3. semleges	4. elégedett	5. nagyon elégedett
Hirdetési információk	☐	☐	☐	☐	☐
Jelentkezés menete	☐	☐	☐	☐	☐
Helyszín	☐	☐	☐	☐	☐
Program	☐	☐	☐	☐	☐

31. Részt vettél más programon is? *

- ☐ igen
- ☐ nem

32. Mennyire voltál elégedett a Pályaorientációs nyílt nappal? *

	1. nagyon elégedetlen	2. elégedetlen	3. semleges	4. elégedett	5. nagyon elégedett
Helyszín	☐	☐	☐	☐	☐
Előadó	☐	☐	☐	☐	☐
Képzési lehetőségek	☐	☐	☐	☐	☐
Tájékoztató	☐	☐	☐	☐	☐
Program	☐	☐	☐	☐	☐
Szakok bemutatása	☐	☐	☐	☐	☐
Felvételi rendszer bemutatása	☐	☐	☐	☐	☐

33. Segítette pályaválasztási döntésedet a Pályaorientációs napon történő részvétel? *

- ☐ Határozottan igen.
- ☐ Részben igen.
- ☐ Egyáltalán nem.
- ☐ Jobban elbizonytalanodtam.

34. Részt vettél más programon is? *

- ☐ igen
- ☐ nem

35. Mennyire voltál elégedett az Interaktív kari nyílt nappal? *

	1. nagyon elégedetlen	2. elégedetlen	3. semleges	4. elégedett	5. nagyon elégedett
Hirdetési információk	☐	☐	☐	☐	☐
Jelentkezés menete	☐	☐	☐	☐	☐
Helyszín	☐	☐	☐	☐	☐
Szak tájékoztató	☐	☐	☐	☐	☐
Előadói attitűd	☐	☐	☐	☐	☐
Felvételi tájékoztató	☐	☐	☐	☐	☐
Igazolás kiadás menete	☐	☐	☐	☐	☐

36. Részt vettél más programon is? *

- ☐ igen
- ☐ nem

37. Mennyire voltál elégedett az Ihrig Károly tanulmányi versennyel? *

	1. nagyon elégedetlen	2. elégedetlen	3. semleges	4. elégedett	5. nagyon elégedett
Felhívás információi	☐	☐	☐	☐	☐
Jelentkezés menete	☐	☐	☐	☐	☐
Helyszín	☐	☐	☐	☐	☐
Pályázati feltételek	☐	☐	☐	☐	☐
Lebonyolítás	☐	☐	☐	☐	☐

38. Részt vettél más programon is? *

- ☐ igen
- ☐ nem

39. Mennyire voltál elégedett a DEXPO óralátogatással? *

	1. nagyon elégedetlen	2. elégedetlen	3. semleges	4. elégedett	5. nagyon elégedett
Helyszín megtalálása	☐	☐	☐	☐	☐
Oktató felkészültsége	☐	☐	☐	☐	☐
Oktató előadásmódja	☐	☐	☐	☐	☐
Órai anyag érthetősége	☐	☐	☐	☐	☐

40. Részt vettél más programon is? *

- ☐ igen
- ☐ nem

41. Mennyire voltál elégedett a Szülői értekezlettel/Felvételi tájékoztatóval? *

	1. nagyon elégedetlen	2. elégedetlen	3. semleges	4. elégedett	5. nagyon elégedett
Jelentkezés/regi- sztráció menete	☐	☐	☐	☐	☐
Előadó érthetősége	☐	☐	☐	☐	☐
Felvétellel kapcsolatos információk	☐	☐	☐	☐	☐
Pontszámítási módok bemutatása	☐	☐	☐	☐	☐
Intézményi pontszerzés lehetőségeinek bemutatása	☐	☐	☐	☐	☐
Válaszok a kérdésekre	☐	☐	☐	☐	☐

42. Részt vettél más programon is? *

- ☐ igen
- ☐ nem

43. Honnan informálódtál az eseményről, amin részt vettél? *

- ☐ Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar facebook oldaláról
- ☐ Debreceni Egyetem honlapjáról
- ☐ Tik-Tok-ról
- ☐ Instagramról
- ☐ Osztálytársaimtól/Barátaimtól
- ☐ keep.unideb.hu oldalról
- ☐ Egyéb

44. Milyen tartalmakból informálódsz a legszívesebben? Állítsd fontossági sorrendbe válaszaidat! (Legszívesebben felkeresett tartalom legyen az első helyen!) *

Videós tartalom
Képes és szöveges poszt
Rövid szövegtartalom
Hosszú szövegtartalom
Egyetem hivatalos oldala
Egyéb

45. Honnan kaptad a legpontosabb tájékoztatást a Gazdaságtudományi Karra jelentkezéskor felvételi eljárással kapcsolatos kérdésekben? *

- ☐ Beiskolázási csoporttól telefonon
- ☐ Beiskolázási csoporttól email-ben
- ☐ Az Egyetem honlapjáról különböző tájékoztató oldalon
- ☐ DEXPO Nyílt napon
- ☐ Kari interaktív nyílt napon
- ☐ Egyéb rendezvényen
- ☐ Egyéb

46. Véleményed szerint, mennyire fontos, hogy a középiskolásoknak legyen lehetőségük egyetemi beiskolázási programokon részt venni? *

- ☐ egyáltalán nem fontos
- ☐ inkább fontos
- ☐ semleges
- ☐ fontos
- ☐ nagyon fontos

47. Milyen benyomást tett rád az egyetem a programokon való részvétel során? *

- ☐ nagyon pozitív
- ☐ inkább pozitív
- ☐ semleges
- ☐ inkább negatív
- ☐ nagyon negatív

48. Befolyásolták-e döntésedet a programok, hogy melyik egyetemre jelentkezsz? *

- ☐ igen
- ☐ nem
- ☐ részben
- ☐ nem emlékszem

49. Milyen szempontok alapján választottál intézményt? Állítsd fontossági sorrendbe válaszaidat! (Legfontosabb szempont legyen az első helyen!) *

Hol áll az intézmény az egyetemi rangsorban.

Nyílt napon való részvétel győzött meg.

Lakhelyemen legyen, hogy ne kelljen albérletet fizetni.

Szüleim javaslatát vettem figyelembe.

Egyéb szempont.

50. Másik egyetem programjain is részt vettél? *

☐ igen

☐ nem

51. Mi tetszett legjobban a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar rendezvényén? *

52. Milyen közösség építő programot tudnál még elképzelni középiskolások részére? *

53. Mit tudsz javasolni jövőbeli programjaink fejlesztéséhez? *

Ezt a tartalmat nem a Microsoft készíti vagy támogatja. Az elküldött adatokat az űrlap tulajdonosa fogja megkapni.



2. sz. melléklet

Mi tetszett legjobban a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar rendezvényén?

A szervezés rendkívül jó volt, minden gördülékenyen ment és nem maradt bennünk kérdés, ugyanis az oktatók, illetve a beiskolázási csoport mindenben a segítségünkre volt.

A szakmai részek megismerése.

Az egész tetszett csak nem lehet be kerülni mert olyan pontszámok vannak hogy lehetetlen.

Az oktatók felkészültsége és témákban való jártassága miatt minden projekttemát szívesen néztem meg, illetve az órákon is figyeltem, mivel azok is interaktívak és érdekesek voltak számomra.

Az oktatók nyitottsága, kedvessége, segítőkészsége és a helyszín modernsége.

A változatosan összeállított programterv.

A szervezettség és a programok.

Jól be mutatja a kart.

Nagyon színes programok voltak, mindenki nyílt, közvetlen, barátságos. Érdemi információkkal és építő tanácsokkal segítenek mindenkit.

Az oktatók nyitottsága.

Igazából az hogy teljesen emberien és közvetlenül bánnak velünk minden kérdésünkre teljesen türelmesen és pontosan választ kaptunk.

A szervezettség, kiszámíthatóság és a diákcentrikus hozzáállás.

Az előadások.

A tanárok.

Közvetlen volt mindenki.

Az előadások .

Az épület.

A közvetlenség.

A segítőkész emberek.

Szervezettség.

Az oktatás minősége.

IKTV tanulmányi verseny.

Teljeskörű informálás, változatos, interaktív programok.

Közvetlenség.

Az előadók minden kérdésre érthető és pontos választ adtak.

A plusz pont.

A változatos témakörökről való interaktív tanulás.

Az, hogy lehetőség van a felvételhez szükséges pontok gyűjtésére.

Épületek körbejárása és a tanórák.

Az oktatók kedvessége.

A tanárok felkészültsége, a fogadás, maga az épület modernsége. Tetszett a nyereményjáték, amelyben nyertem is egy Pulóvert és tavaly előtt egy pólót is! :)

Az, hogy mindenki segítőkész volt.

Mindenki nagyon barátságos volt.

Oktatók pozitív hozzáállása, segítőkészsége mindenféle kérdésekkel kapcsolatban.

A programok.

Közvetlen beszélgetés a kar vezetőivel.

Előadók felkészültsége.

A szervezettsége. Az emberek nyitottsága és segítőkészsége.

Játékok.

Bemutatták a campust és a kóli szobákat.

A program felépítése.

Az oktatók felkészültsége, és tudása.

Részletes tájékoztatás, impozáns környezet.

Közvetlen pontos precíz tájékoztatás.

A közvetlenség.

Hogy volt értelme annak amit csinálunk, nem úgy mint gimiben.

Családias volt a légkör. Velünk felvételizőkkel is nagyon közvetlenek és barátságosak voltak a tanárok.

A csoportot tudnám kiemelni.

Minden szakról külön személyek meséltek. Teljes átéléssel és látszott hogy tudják miről beszélnek, tapasztaltak.

Barátságos légkör.

Mindenki felé irányuló nyitottság, segítőkészség.

Sok színes programok.

Közvetlen légkör, szakmai tudás.

Minden.

Sok különböző program. Nem csak egy egyszerű tájékoztató volt, tetszett hogy csináltunk valamit és nem csak egy ppt-t néztünk össze.

Az emberek közvetlensége.

Campus túra.

A játékos feladatok.

Az emberekhez való viszonyulás.

Hasznos előadások a különböző karokról, kedves és segítőkész előadók, egyéb résztvevők.

Az oktatók felkészültsége és hozzáállása, valamint a workshop témák.

Ajándékok, beszélgetés, motiváció.

A közösségi emberek.

Online csatlakozási lehetőség, webex.

Közvetlenség, nyitottság, rövid és tényszerű információközlés, barátságos hangulat.

Diákközpontú intézmény, színvonalas oktatói munka.

3. sz. melléklet

Milyen közösségépítő programot tudnál még elképzelni középiskolások részére?

Kötetlen esti beszélgetés egy társas est vagy közös főzés/sütés közben.	Órai előadásokat.
Szakmaiiasabb részekre.	Csapatos sörpöng.
Ne legyen emelt érettségi adjanak esélyt más diákoknak.	Nem tudom.
A jelenlegi programkínálat szerintem egészen szerteágazó, és az jelenlegi rendezvények is remekül vannak megszervezve, így nem változtatnék rajta.	Interaktív csapatépítő programok.
Több napos tábor. Tapasztalataim szerint a legjobb közösség építés ha össze vagyunk "zárva".	Kirándulás.
Rövid, kis film készítés az egyetem területén.	Nagyobb betekintést az adott karon való szakokba.
Több sportprogram.	Egyetem előtti ismerkedés
Szerintem a jelenlegiek nagyszerűek.	Kincskeresés a GtK-n belül, gazdasági kérdésekkel és rejtvényekkel. A jutalom, pedig az árnyékprogramban való részvétel. A csapatok 5-8 fősök.
Felvételizőknek egy pikniket ahol tudnak kérdezi és ismerkedni a jövőbeli szaktársaikkal.	Játékos (szak)ismertető feladatok.
Valami hasonlót mint az Economeet volt, annyi hogy szerintem nem lényeges, hogy intézményi plusz pontot kapjunk hozzá.	Pl. Egyetemi előadásokon részt venni az egyetemi hallgatókkal.
A nyílt napokon túl lehet érdemes lenne lehetőséget adni arra, hogy az érdeklődők beülhessenek előadásokra.	Nem tudom.
Bármilyet.	BL meccsek közös nézése.
Ugyanilyen nyílt napokat hétvégén.	Bevezetés az egyetemi életbe.
Disco/bál.	Nem jut most eszembe semmi.
Olyan előadások a nyílt napon amelyekben a középiskolások is részt tudnak venni.	Csoportos feladatokat.
Több csapatmunkát igénylő feladattal.	Felsőbb évesekkel beszélgetés a könnyebb beilleszkedés érdekében. Jó lenne egy tapasztaltabbal való kapcsolat akihez lehet fordulni kérdésekkel.
Nagyobb csapatépítő "játékok".	Játékos feladatokat.
Közös program a diákokkal.	Komplexebb feladatok is szóba jöhetnek, túl könnyűnek bizonyultak.
Táborok.	Egyetemi karokról tanárok tájékoztathatják például osztályfőnöki órákon a diákokat.
Tábor.	A workshop nagyon jó.
Több emelt szintű kompetencia fejlesztőt.	Egyetemistaként nem tudom mik folynak már a középiskolában.
Szerintem a tábor nagyon pozitív hatással van a baráti körök kiépítésére.	Ez az interaktív nyílt nap tökéletes, esetleg ezt feleltrázni még más, szélesebb körűli programokkal is.
Nyílt nap óralátogatással, campus bejárással.	Interaktív rendezvényeket.
Találkozó jelenlegi kari hallgatókkal, akik mesélnek az egyetemi életéről, az órákról és tapasztalataikról.	Csapat játékok.
Nem tudom.	Nem tudok ilyet, nagyon színesek voltak a nyílt napon a programok.
Nem jut eszembe semmi olyan, ami még nincs.	Középiskolák közötti csapatos versenyek.
Több középiskolások számára egyetemi felkészítő, bemutató programot.	Kis csoportos játékok.
Pl. Olyat, hogy az egyetem eljön gimnáziumokba és tart egy rendhagyó órát.	Sport nap csapatjátékokkal esetleg főzőversennyel.
Mondjuk olyan programot, hogy aki oda jelentkezik azoknak legyen egy ilyen gólyatábor-szerű, mint pl.: a kutatók éjszakája.	Pályaaorientációs tábor.
	Nincs ilyen, remek a kínálat.
	A meglevő programok ideálisak.
	A jelenlegi kínálat elegendő.

4. sz. melléklet

Mit tudsz javasolni jövőbeni programjaink fejlesztéséhez?

Nincsen semmilyen észrevételem, teljes mértékben elégedett voltam a rendezvénnnyel.	Árnyékprogram, ahol egy jövőbeni egyetemista kap maga mellé egy már egyetemen tanuló diákot egy napra, és végig kíséri azon a napon. Beül vele az órákra, együtt ebédelnek, testnevelés órán is beáll a jövőbeni gólya.
Nincs javaslatom.	Nagyon jó, ha a fiataloknak tetsző programokon keresztül ismerhetik meg a választott szakot.
Hogy ne legyen emelt érettségi és legyenek alacsonyabb pontthatárok.	Közös programot az egyetemi hallgatók és leendő hallgatók között.
Lehessen többször jelentkezni a EconoMeetre annak érdekében, hogy több projektet is csináljunk.	Csak így tovább.
EconoMeet, Alumni.	Rövidebb programok, vagy több szünet.
Több rugalmasság.	Interaktivitás.
Nem tudok konkrét ötletet én meg voltam elégedve a jelenlegiekkel.	Ha lett volna egy "sztárfellépő", annak az előadását szívesen végig hallgattam volna. Gondolok pl. egy sokak által ismert vállalkozóra, mondjuk Balogh Leventére, Csányi Sándorra, vagy Felföldi Józsefre.
Minden tökéletes így is :).	Minden megfelelő szerintem az elvárásoknak.
Az igazolások kiadásának gyorsításában.	Legyen lehetőség "személyesebb" beszélgetésre az előadókkal. Sokan félnek feltenni kérdést mindenki előtt az előadáson.
Most így semmi nem jut eszembe.	Több játékos feladat.
Nem is tudom.....	Amelyik nyílt napon én részt vettem, a helyszín kicsinek bizonyult annyi résztvevő fogadására, így egy nagyobb helyszínt, vagy ha az időjárás engedi kültéren szervezném meg a programot.
Csak így tovább.	Több nyílt napokat az egyetemen.
Legyenek hétvégén a nyílt napok.	A programok az iskolai tanítási szünetekhez kapcsolódjanak.
Nem tudom.	Rugalmasság.
Az előző válasz.	Még több program, férőhely kapacitás növelése.
Teljesen elégedett vagyok a mostani programokkal is.	Mivel csak egy programon vettem részt, így erre sajnos nem tudok választ adni.
Bővebb betekintés a pénzügy számvitel világába.	Nem tudok javasolni.
Legyen sok információs tájékoztató.	Online részvételek is legyenek, ne csak személyes. Sok időt elvesz az utazás.
Könnyebb átláthatóság a helyszínekkel kapcsolatban.	Jobban kapcsolódjanak a karok tanulmányaihoz.
Több játék.	Azok a programok, amelyeken részt vettem jól szervezettek, élvezetesek voltak. Nincsen javaslatom. :)
Semmit nem tudok javasolni, nekem tetszenek.	Vonjuk be az embereket jobban az előadásba.
Esetleg nagyobb téren lenne érdekesebb rendezni őket, mivel nagyon nagy az érdeklődés a kis helyen nagyon sok ember tömörül össze.	Középiskolákban élőben népszerűsíteni, nem csak az online térben.
Nincs ötletem.	A jelenlegi színvonal és programkínálat kiváló, ettől rosszabb sose legyen.
Szerintem szuperek a jelenlegi formájukban is.	
A rendezvények helyszínére való eljutás leírása az emailekben.	
A kahoot program működését el kellene magyarázni mielőtt elindítják.	
Legyen több lehetőség az általad kiválasztott szak tanítására betekinteni.	
Amin részt vettem nagyon tetszett.	
Személy szerint, elégedett vagyok a programokkal. Idén is megyek! ;)	
Nincs nagyon semmi.	
Legyen még több lehetőség a középiskolások számára.	
40 fokba ne kelljen kisétálni a Campusról a Nagyerdei Stadionhoz, csak azért, hogy lefotózzanak minket.	
Nem tudom.	
Több oktatót kellene bevonni a programokba.	
Többszöri megszervezését.	