

Götli Mónika vagyok, a Budapesti Műszaki Főiskola Regionális Oktatási és Innovációs Központ hallgatója. Három hónapos szakmai gyakorlatomat a Wildai Műszaki Főiskolán teljesítettem. A gyakorlat a marketing-pontosabban az iskola marketing -területét ölelte fel. Mielőtt a gyakorlati feladatomat részletesebben ismertetném, mindenképp fontosnak találok bizonyos háttér-információk ismertetését is.

Hazánkkal ellentétben, Németországban sokkal kevesebb diák tanul tovább főiskolákon, egyetemeken. Ezért, az iskoláknak a diákutánpótlás elengedhetetlen fontosságú. Szükség van az egyetemeknek, a főiskoláknak önmaguk menedzselésére, reklámozására. A Wildai Műszaki Főiskola is nagy hangsúlyt fektet arra, hogy minél szélesebb körben ismerté váljon az iskola neve. Erre sok módszer van segítségére, mi az Internet marketing területéhez kapcsolódó feladatot kaptunk.

Az iskola honlapját kellett marketing szempontból, minél „eladhatóbbá” és vonzóbbá tenni. Továbbá figyelni kellett a weboldal felépítésekor arra is, hogy a továbbtanulás előtt álló diákok, a lehető legtöbb információt megtaláljanak.

Legelső lépésként, megvizsgáltuk hogy, melyek azok az információk, amelyek nem szerepelnek a korábbi honlap változaton, és amelyekre a felvételező diákok kíváncsiak lehetnek. Megállapítottuk, hogy az iskolában tanulható szakok, szakirányok közül szinte minden információ részletesen megtalálható, azonban a szálláshelyekkel, kollégiumokkal kapcsolatban semmilyen információ nem állt a tanulók rendelkezésére. Pedig véleményem szerint, nem utolsó szempont ez azoknak, akik Németország más tartományaiból jelentkeznének, hiszen nekik mindenképp szálláshelyre van szükségük. Ezeket a hiányosságokat, pedig úgy pótoltuk, hogy képekkel, árakkal, a kollégiumi felszerelések felsorolásával egészítettük ki a honlapot. Ezáltal a diákok számára átláthatóbb, hogy az egyes kollégiumok milyen távol helyezkednek el az iskolától, és hogy mennyit kell az egyes szálláshelyekért fizetni.

A másik probléma a sok információból adódott. Feljebb már említettem, hogy a szakokról, magáról az iskoláról minden részletes információ megtalálható volt. Továbbá, pedig az oldalt sűrűn aktualizálták. Azonban ezeket, a kezdőlapon nem jól különítették el, és így az átláthatatlanná vált. Ötletünk az volt, hogy külön jól látható részekre bontsuk a kezdő honlapot, ahol a különböző fülecskéken keresztül könnyen átlátható, elérhető a kívánt információ.

Abban az esetben, ha valaki még sem talál választ kérdésére, létrehoztunk a honlapnak egy olyan részét, ahol kérdéseket lehet feltenni, és ahol választ is kapnak azokra. (Korábban ilyen részzel nem rendelkezett a honlap).

Az eltelt 3 hónap alatt, németül alkalmaztuk az itthoni tanulmányunk során megszerzett ismereteinket, mindamellet más –németországi- honlapok tanulmányozásával tovább mélyítettük a korábbi marketing tapasztalatunkat. Megtapasztalhattuk azt, hogy hogyan alkalmazunk egyes elméleteket a gyakorlatban, vagy más „versenytársunk” (a mi esetünkben más iskolák), hogyan próbálnak előnyhöz jutni.