



MARKETING ÉS TURIZMUS INTÉZET

Tisztelt Hallgatóink!

Október 3-ig lehet jelentkezni a
Marketing és Turizmus Intézet tanirodáiba!

Előzetes kérdéseikkel keressék a mentor-
tanárokat!

A jelentkezési lapot, a

mim@uni-miskolc.hu

e-mail címre küldjék!

Prof. Dr. Piskóti István
intézetigazgató

HALLGATÓI JELENTKEZÉSI LAP
MIM TANIRODAI PROGRAMBAN VALÓ RÉSZVÉTELRE

Hallgató neve:

Szak, szakirány, képzési forma (BA, MA, FOSZK), évfolyam:

Telefonszám:

E-mail cím:

idegen nyelv ismeret (nyelv, szint):

MELYIK MIM-TANIRODÁBA JELENTKEZIK? Több is megjelölhető ! (aláhúzandó)

- **MIM Research (kutatás)**
- **MIM Trade (kereskedelem)**
- **MIM Event (rendezvényszervezés)**
- **MIM Média (kommunikáció)**
- **MIM Helyi termék bemutató és bolt**

Milyen motivációkkal rendelkezik a megjelölt tanirát illetően? Miért venne részt a tanirodai programban?

Korábbi, adott témával kapcsolatos tapasztalata (amennyiben van):



MIM EVENT EGYETEMI TANIRODA – mentortanár: Nagy Katalin

1. A taniroda szakmai célja - milyen módon segíti a hallgatók gyakorlati tudásának bővítését?

A taniroda elsődleges célja, hogy a téma iránt érdeklődő hallgatók számára mélyebb betekintést nyújtson a rendezvényszervező szakma rejtelmeibe, a hallgatók megismerjék azt a szerteágazó feladatrendszert, aprólékos és felelősségteljes munkavégzést, ami egy rendezvény előkészítése, megszervezése és lebonyolítása során adódik.

2. Kiket, mely hallgatókat vár a taniroda? Hogyan történik a hallgatók kiválasztása? (3 sor)

A taniroda elsősorban a Turizmus-vendéglátás alapszak (BA) és felsőoktatási szakképzés bármely évfolyamos hallgatója számára kínál gyakorlati lehetőségeket, de fogadjuk a „ker-markosokat” is saját rendezvények szervezésével, a lebonyolításban való közreműködéssel, illetve külső partnerek eseményein való részvétellel. A hallgatók kiválasztása a jelentkezési lap leadása után személyes elbeszélgetés keretében történik.

3. Milyen együttműködést, milyen szolgáltatásokat kínál a taniroda a vállalkozásoknak, partnereknek?

A taniroda partnereinek az alábbi szolgáltatásokat kínálja:

- közreműködés a rendezvény előkészítésében (ötlet, tervezés szakaszában is)
- egyes szervezési feladatok átvállalása (megállapodás alapján)
- közreműködés a rendezvény szervezésében
- közreműködés a rendezvény lebonyolításában (hostess, információs szolgálat, regisztráció, kísérő programok, stb.)
- közreműködés az utómunkálatokban, bontásban
- follow-up feladatok
- szakmai gyakorlat eltöltése az adott vállalkozásnál
- animátori feladatok ellátása igény szerinti időszakokban

4. Milyen feltételekkel és hogyan csatlakozhatnak a külső partnerek?

Külső partnereink, az érdeklődő vállalkozások egy szolgáltatás igénylő lap kitöltésével jelezhetik igényüket, melyet személyes megbeszélés követ, s megegyezés esetén megállapodás megkötésére kerülhet sor.

Lehetőség van a taniroda folyamatos (akár pénzbeli, akár természetbeni) támogatására is, ilyen esetben a partnerek a szolgáltatásokat kedvezményesen, vagy akár ingyenesen vehetik igénybe. Partnereinket folyamatosan feltüntetjük a Marketing és Turizmus Intézet kommunikációiban.

5. Egyebek, korábbi referenciák, érdekességek stb.

A MIM EVENT Rendezvényszervező Taniroda 2011. őszén kezdte meg működését, a III. éves Turizmus-vendéglátás alapszakos hallgatók hasonló nevű tárgyának vizsgarendezvénye szervezése kapcsán. A taniroda első nagyszerű eseménye az „Advent az egyetemen” elnevezésű vizsgarendezvény volt 2011. decemberében. Referenciák:

- MOK 2012 - ME GTK Szakmai Napok 2013, 2014, 2015 - OVM 2013, 2015
- Smart City Konferencia 2015 - MEGY 2014, 2015 Marketing-szimpozium, T-MEGY 2016 Turizmusmarketing szimpózium - Turisztikai Nap 2013, 2014 (CS&K Standbau Kft)
- SZEM Fesztivál (2013, 2014, 2015, 2016 – Miskolci Nemzeti Színház)
- MEgindító Piknik 2016 – a Gazdaságtudományi Kar évnnyitó rendezvénye dolgozóinak



MIM RESEARCH EGYETEMI TANIRODA – mentortanár: Dr. Molnár László

1. A taniroda szakmai célja - milyen módon segíti a hallgatók gyakorlati tudásának bővítését?

A MIM Research speciális gazdaságtudományi problémák megoldására irányuló kvalitatív és kvantitatív kutatási programok megvalósításával, információgyűjtéssel, információelemzéssel és kutatási eredmények összegzésével foglalkozik. **A Taniroda szakmai célja** a hallgatók gyakorlati ismereteinek (marketingkutatás, piackutatás) bővítése a „learning by doing” elv alapján.

2. Kiket, mely hallgatókat vár a taniroda? Hogyan történik a hallgatók kiválasztása?

1. A Taniroda **azok jelentkezését várja**, akik érdeklődnek a marketingkutatás iránt és szeretnék az elméleti ismereteiket gyakorlati tapasztalatokkal bővíteni, valamint ösztöndíjukat kiegészíteni. Az egyes pozíciókba (piackutató gyakornok, supervisor, operátor) fényképes szakmai önéletrajzzal lehet jelentkezni, a kiválasztás pedig személyes interjúval, próbamunkával történik.

Kutatási területeink:

- Külső és belső környezet elemzése
- Termék, ár, reklám, értékesítési kutatások

Kutatási módszereink:

- Kvalitatív módszerek: Fókuszcsoportos interjúk, On-line fókuszcsoport, Mélyinterjúk, Etnográfia, Netnográfia, Projektív technikák
- Kvantitatív módszerek: Telefonos megkérdezés, Személyes megkérdezés, Postai megkérdezés, On-line megkérdezés

3. Milyen együttműködést, milyen szolgáltatásokat kínál a taniroda a vállalkozásoknak, partnereknek?

Várjuk megbízóink jelentkezését, akiknek piaci információkra van szükségük és ezt gyorsan, szakmailag kifogástalanul és nem utolsósorban költséghatékonyan kívánják megszerezni. Néhány referencia az utóbbi évekből: AVE Miskolc Kft., Bajér Kft., Borsodi Sörgyár Zrt., Borsodi Kereskedelmi és Iparkamara, Fux Zrt., Inform Media Kft., Magyar Posta Zrt., Miskolc Holding Zrt., Miskolci Kommunikációs Kht., MVK Zrt., Raiffeissen Ingatlan Üzemeltető Kft. [Szinvapark], Rail Cargo Hungaria Zrt., Siemens Zrt., Tokajvinum Hungaricum Egyesület, Unió Coop Zrt., Rádió M.,

További információ: <https://sites.google.com/site/mimresearchtaniroda/>



MIM TRADE EGYETEMI TANIRODA - mentortanáár: Dr. Dankó László

1. A taniroda szakmai célja - milyen módon segíti a hallgatók gyakorlati tudásának bővítését?

Nappali tagozatos kereskedelem-marketing BA szakos hallgatóink legyenek képesek egy vállalkozás beszerzési és értékesítési, nemzetközi szállítmányozási-logisztikai és kapcsolódó bel- és külkereskedelmi ügyintézési munkafolyamatait - a tanult ismereteik alapján, oktatói mentorálás mellett - a valós gyakorlatban is elvégezni.

2. Kiket, mely hallgatókat vár a taniroda? Hogyan történik a hallgatók kiválasztása?

A tanirodában a kereskedelmi munka iránt érdeklődő kereskedelem és marketing BA szakos hallgatók önkéntes jelentkezést és tanári interjút követően egyéni és csoportmunkában végeznek tevékenységet. A munkába bekapcsolódhatnak a marketing MA szakos hallgatóink is.

3. Milyen együttműködést, milyen szolgáltatásokat kínál a taniroda a vállalkozásoknak, partnereknek?

A tanirodai munkában hallgatóink korszerű telekommunikációs csatornákon, interneten keresnek KKV megrendelőink számára beszerzési és/vagy értékesítési lehetőségeket, kapcsolatokat, azokkal alapvetően webes felületeken, levelezés útján lépnek kapcsolatba, és bonyolítják le a disztribúciós tranzakciókat:

- megbízóik beszerzési és értékesítési munkája keretében termék-piaci kutatást folytatnak, döntéselőkészítő javaslatokat tesznek a partner vállalat felé,
- beszerzési és az értékesítési stratégia kialakításban működnek közre,
- konkrét üzleti tárgyalásokat, prezentációkat készítenek elő, szerveznek és valósítanak meg,
- beszerzéshez, értékesítéshez kapcsolódó kommunikációs tevékenységet végeznek,
- önállóan bonyolítják és felelőséggel lezárják üzleti tevékenységüket.

4. Milyen feltételekkel és hogyan csatlakozhatnak a külső partnerek?

Az Intézet gesztorságával, gratis szakmai mentorálása mellett felelőséggel végzett tevékenységet a tanirodai ajánlatokra pozitívan reagáló cégek megbízásai alapján végzik hallgatóink. Elsősorban a megyei kis és középvállalatokat tekintjük potenciális partnernek. A szolgáltatásokat – konkrét megkeresésekre, ajánlatkérésekre adott egyedi ajánlatok alapján -hallgatóink bizományosként, ügynökként teljesítik, a megbízó és a hallgató között a két fél számára egyaránt elfogadható és előnyös kötetmi jogi formában. Szóba jöhető formák: munkaszerződés, hallgatói ösztöndíj, duális képzésbe való bekapcsolódás, megbízási szerződés, vállalkozási szerződés, albérlési támogatás, utazási költségtérítés, stb.

5. egyebek, korábbi referenciák, érdekességek stb.

A taniroda a képességfejlesztés kiváló terepe, hasznos eszköz az aktív tanulási magatartás kialakítására, az önálló munkavégzési képességek elsajátítására, gyakorlására. Ugyanakkor lehetőséget kínál hallgatóinknak, hogy jövedelemszerzés végett tanult ismereteik alkalmazásával, az intézeti oktatóik által segített, „védettebb” környezetben, az egyetem területén végezhesse munkát. Ez egyébként a BA képzés 7. félévi szakmai gyakorlatának célja is.



MIM MÉDIA EGYETEMI TANIRODA - mentortanár: Gulyásné Dr. Kerekes Rita

1. A taniroda szakmai célja - milyen módon segíti a hallgatók gyakorlati tudásának bővítését?

A MIM-MEDIA taniroda elsődleges célja, hogy a kommunikáció iránt érdeklődő hallgatók számára mélyebb betekintést nyújtson a marketingkommunikációs szakma rejtelseibe, a hallgatók megismerjék a kreatív tervezés, a kampánytervezés és lebonyolítás, a reklám, értékesítésösztönzési és PR akciók megvalósításának feladatrendszerét.

A kialakításával az a célunk, hogy az elméleti képzéshez kapcsolódva erősítsük a gyakorlati képzést, és a nappali tagozatos hallgatóink legyenek képesek egy vállalkozás marketingkommunikációs munkafolyamatainak elvégzésére, akik a későbbiekben a partner szervezetek munkavállalójaként már ismert terepen, elvárások között folytathatják a tanirodában megkezdett munkát. Ezzel a duális képzéshez közelítő módon mind a munkáltató, mind a jövőbeni munkavállaló számára kockázatmentessé tehető az együttműködés.

2. Kiket, mely hallgatókat vár a taniroda? Hogyan történik a hallgatók kiválasztása?

A taniroda elsősorban a Marketing mesterszak, a Kereskedelem-Marketing alapszak (BA) és a Kereskedelem-Marketing felsőoktatási szakképzés bármely évfolyamos hallgatója számára kínál gyakorlati lehetőségeket az Intézet, a Kar, az egyetem kommunikációs feladatainak megoldásában, illetve külső partnerek megbízásainak teljesítésében való részvétellel. A hallgatók kiválasztása a jelentkezési lap leadása után személyes elbeszélgetés keretében történik.

3. Milyen együttműködést, milyen szolgáltatásokat kínál a taniroda a vállalkozásoknak, partnereknek?

A taniroda partnereinek az alábbi szolgáltatásokat kínálja:

- a jelenlegi kommunikációs aktivitás értékelése, együttműködve más tanirodával marketingkutatások lebonyolítása hatékonysági, hatásossági felmérések készítésével
- kreatív tervezési feladatok auditív, vizuális és audiovizuális felületekre
- honlapok tervezésének kommunikációs feladataiban (layout, design) való részvétel
- PR akciók tervezése, lebonyolítása (rendezvényszervezés esetén együttműködve más tanirodával)
- személyes eladáshoz segédanyagok tervezése, kivitelezése
- értékesítésösztönző akciók tervezése, lebonyolítása
- tanácsadás médiavásárláshoz
- kampányok, kommunikációs akciók utó-ellenőrzése
- a kommunikációs stratégia alkalmazásában a legfrissebb kutatásokban bemutatott fogyasztói és a piacorientált magatartásformákat alkalmazása
- az üzleti kommunikáció legmodernebb eszközeinek alkalmazása
- kommunikációs ügynökségek felé részfeladatok megoldása, bekapcsolódás nagyobb megbízások munkafolyamataiba.

4. Milyen feltételekkel és hogyan csatlakozhatnak a külső partnerek?

Külső partnereink, az érdeklődő vállalkozások személyes megbeszélés során pontosítják igényeiket, s megegyezés esetén megállapodás megkötésére kerülhet sor. Lehetőség van a taniroda folyamatos (akár pénzbeli, akár természetbeni) támogatására is, ilyen esetben a partnerek a szolgáltatásokat kedvezményesen, vagy akár ingyenesen vehetik igénybe. Partnereinket folyamatosan feltüntetjük a Marketing és Turizmus Intézet kommunikációiban.



LOCAL GOODS STORE

MIM HELYI TERMÉK INTERAKTÍV BEMUTATÓTÉR ÉS PIAC TANIRODA

mentortanár: Dr. Szakál Zoltán

A helyi termék bemutatótér és piac a Marketing és Turizmus Intézet mellett kialakított helyiségben, az Intézet irányításával, az együttműködő helyi termelőkkel, a releváns szervezetekkel egy design kirakatot rendez be, ahol egyrészt a helyi termelők portékáival lehet megismerkedni, másrészt pedig szemléletformáló információk is helyet kapnak. Szorgalmi időszakokban legalább két alkalommal aktív sales rendezvény kerül megszervezésre, ahol tényleges eladások és közvetlen találkozás valósul meg a helyi termelőkkel.

1. A taniroda szakmai célja - milyen módon segíti a hallgatók gyakorlati tudásának bővítését?

A marketing és Turizmus Intézet a projekt megvalósításával egyrészt a hallgatók gyakorlati tudását és valódi alkalmazását segíti, másrészt az egész megyének nagyon fontos helyi termelőket közelebb hozza a tudásközpontokhoz, amely egyben szemléletformálást, egészséges életvitelre is megtanítja a résztvevőket. Cél tehát, hogy a megszerzett tudás a gyakorlat ezen piacán valóban kipróbálásra kerüljön, illetve, hogy a helyi termelőket, vállalkozókat bevonjuk az egyetemre.

2. Kiket, mely hallgatókat vár a taniroda? Hogyan történik a hallgatók kiválasztása?

Hallgatói csoportok és egyének jelentkezését várjuk. A pályázók koncepciót készítenek, amelyben egyedi ötletek, kreatív tartalmak, közösségi média elemek, menedzsment, logisztika, szervezés, kommunikáció, valamint marketing területek speciális rendszere jelenik meg. A kiválasztottak cserébe szakdolgozat-, illetve tudományos diákköri témát, kapcsolatokat, gyakorlatot, tapasztalatot, és bizonyos tantárgyak részfeladataiból felmentést kapnak. Elsősorban a GTK Marketing és Turizmus Intézet hallgatóinak jelentkezését várjuk, de megfelelő pályázattal nem zárjuk ki a más szak hallgatóit sem. Utóbbi különösen színesítené a bemutatótér és piaci arculatát.

3. Milyen együttműködést, milyen szolgáltatásokat kínál a taniroda a vállalkozásoknak, partnereknek?

A helyi termék interaktív bemutatótér és piac az egyetem és a minőségi helyi termékeket előállító vállalkozásokkal lesz szoros kapcsolatban. Stratégia partnerség kerül kialakításra a Tokaj-Hegyalja Piacal és a Nautilus Fenntartható Klaszter Egyesülettel, valamint a Miskolci Termelői Piacot szervező helyi TDM szervezettel. Jelenleg ők fogják össze azokat a helyi terméket előállító termelőket, akikkel a taniroda együttműködést kíván kialakítani.

A kialakított filozófiának és céloknak megfelelően minden helyi termelő, releváns cég és szervezet csatlakozhat, amennyiben rögzítésre kerül a hozzáadott érték. A jelentkezések online történnek, minden esetben ajánlással.

4. egyebek, korábbi referenciák, érdekességek stb.

A Marketing és Turizmus Intézet felvette a kapcsolatot a fentebb felsorolt – helyi termelőket összefogó – szervezetekkel, az elvi megállapodás megszületett. A tényleges bemutatótér feltöltése terv szerint a közeljövőben megvalósul, amellyel párhuzamosan a hallgatói projektpályázat is kiírásra kerül. 2016. december elején az első vásár rendezvény és interaktív bemutatótér is megvalósul.