

Hogyan érdemes felkészülni egy nemzetközi vásárra vagy partnerkereső rendezvényre?

Dr. Tarr Zsuzsanna 2014. október 15-i előadása alapján

A rendezvény jellegétől függően érdemes úgy szervezni, hogy a karok is kapjanak megjelenési lehetőséget, de a központi képviselő is legyen ott (objektivitás)

Tisztában kell lenni vele, hogy egy-egy ilyen megjelenés hosszabb távú befektetés, a hatások nem azonnal mérhetők

Hallgatótoborzás

Kit kell meggyőzni?

A hallgató maga fog dönteni? Vagy a család idősebb tagjai? (Pl. Indonéziában, Kínában gyakran a nagyszülő a döntéshozó.) Ennek megfelelően kell elkészíteni az információs anyagokat

Mivel készülünk?

- Brosúrák, szóróajándékok (a súlykorlátok figyelembevételével!)
 - a brosúra ne legyen drága - a látogatók gyűjtik az ajándékokat, a papírt eldobják
 - rövid, hasznos információk
 - kép, mosoly, térkép (ázsiai arcok is!)
 - a szóróajándék értéke nem éri el a 100 Ft egységárat (a repiadó miatt érdemes írószert választani)
- Képzések felsorolása
- Szabadidő, kollégium
- Nevezetesség, tradíció
- Az intézményt „eladva” az országot is népszerűsítjük
 - legyen térkép – az országinformációkra szükség van
 - pl. a trópusi égöv alatt a négy évszokról is kérdeznek, számukra furcsa
 - összehasonlítás más országokkal
 - életszínvonal, életkörülmények bemutatása
- Tandíj, ösztöndíj-lehetőség mindig érdekli a hallgatókat



NEMZETKÖZIESÍTÉS A GYAKORLATBAN

TIPPEK A FELSŐOKTATÁSI INTÉZMÉNYEK
NEMZETKÖZI ÉRVÉNYESÜLÉSÉHEZ

SZÉCHENYI 2020

- Fotóprezentáció (a képek mindig hatnak)
 - ha a nemzetközi hét keretében fotóversenyt szervezünk a nálunk tanuló külföldi hallgatóknak, ezek a képek jól felhasználhatók
 - támpontot ad az érdeklődők számára, ha látnak valami ismerős dolgot (pl. japánkert), vagy ha az egyetemről már volt ott valaki
- Online, offline prezentációk
- Érdemes meghívni a standunkra olyan helyi hallgatót, aki korábban nálunk tanult
- A korábban nálunk tanult külföldi diákok élménybeszámolói, fotói, videói is nagyon hatékonyak

Készítsünk látogatói listát e-mail címekkel

- a hallgatók elérhetőségi adatait rögtön gépbe vigyük
- utánkötésként a rendezvény után rögtön küldjünk e-mailt: köszönjük, hogy itt volt, itt az ígért honlapcím/információ, stb.

Partnerkereső fórumok

- Komolyabb információs anyagok szükségesek
- Értékesebb logózott szóróajándékok
 - a Távol-Keleten ügyelnek a szép csomagolásra
- Kollégium, ösztöndíj-felajánlás fontos információ a számukra
- Nagyon fontos, hogy milyen más partnerkapcsolatai vannak a régióban az intézményünknek
- A politikai-gazdasági látogatásoknak is jelentősége van
- Ha van anyanyelvű kollégánk, érdemes őt is bevetni (pl. Oroszországban, Japánban, stb.)
- Keresik az ismerős pontokat (pl. jól mutat egy fotón az egyetem egyik folyosója egy távol-keleti harcművészeti plakáttal)

Konferenciák

- A résztvevők listáját előre kézhez kapjuk: át kell gondolni, kivel akarunk beszélni
- Sokan a régi kapcsolatokat preferálják ilyen alkalmakkor – de ne felejtjük el, hogy ez egyben új kapcsolatok kialakítására is lehetőség

Mi legyen az ismertető anyagokban?

- Az angol nyelven kínált kurzusok listája a partner intézményt érdekli, míg a hallgató az adott kurzus részleteire kíváncsi: az adott félévben futó tárgyak, a tanár, stb.
- Emeljük ki azt, ami nálunk **több vagy más**
 - pl. Nobel díjasok vagy ismert feltalálók, akik itt egyetemen tanultak
 - díjak, elismerések
 - külföldi szakmai akkreditáció, egyesületi tagság
 - ipari kapcsolatok (pl. Audi tanszék Győrben)
 - fontos pozíciót betöltő emberek az intézmény nemzetközi öregdiákjai között
 - kedvező elhelyezkedés (pl. Gödöllő közelsége a repülőtérhez)
 - meggyőző számok (pl. többszáz éves kar)
- a képek között legyenek a tudományterület(ek)re utaló képek is

További javaslatok:

- Fontos, hogy az angol honlapot karbantartsuk, hiszen az információs anyagok oda irányítják az érdeklődőket – és hiába a sikeres jelenlét a nemzetközi vásárokon, ha a honlap nem elég informatív / felhasználóbarát / vonzó
- Érdemes magunknak is körbenéznünk a vásárokon, így ismerhetjük meg a trendeket, láthatunk marketing ötleteket és értesülhetünk oktatási újdonságokról
- A vidéki városokat nehéz vonzóvá tenni egy olyan főváros-centrikus országban, mint Magyarország – ki kell emelni az intézményünk egyediségét, azt, amiben jobbak vagyunk