


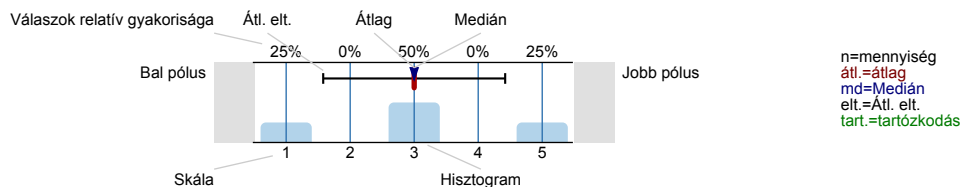
Elégedettség

0 körös elégedettség 2015 KVK (0_koros_2015_kv) 

Felmérés eredmények

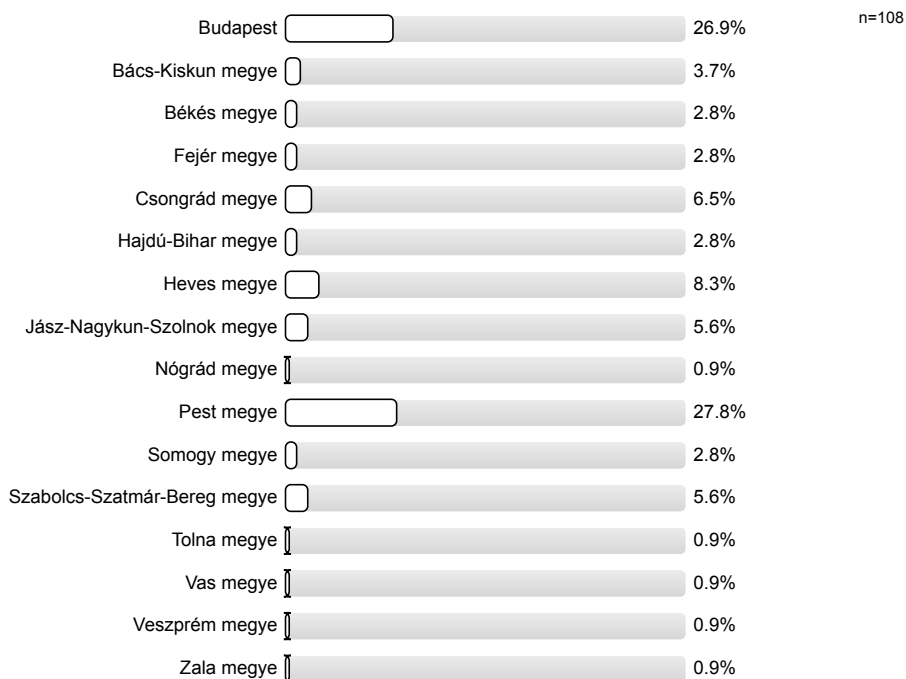
Jelmagyarázat

Kérdésszöveg



1. Statisztikai adatok

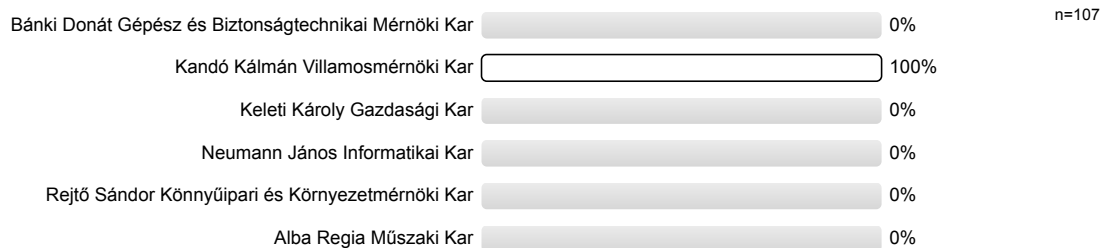
1.2) Állandó lakhelye, mely megyében található?



1.3) Állandó lakhelyének típusa



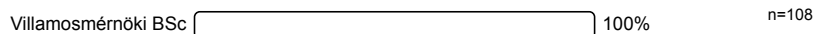
1.4) Kar/Központ neve, ahol tanulmányait megkezdte:



1.5) Tanulmányait milyen képzési szinten kezdte meg?

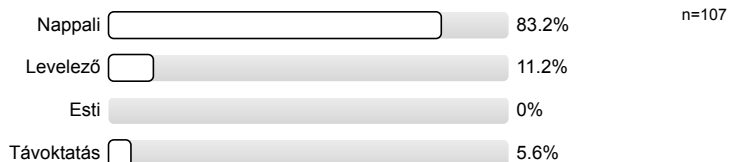


1.6) Mely alapszakon kezdte meg tanulmányait?

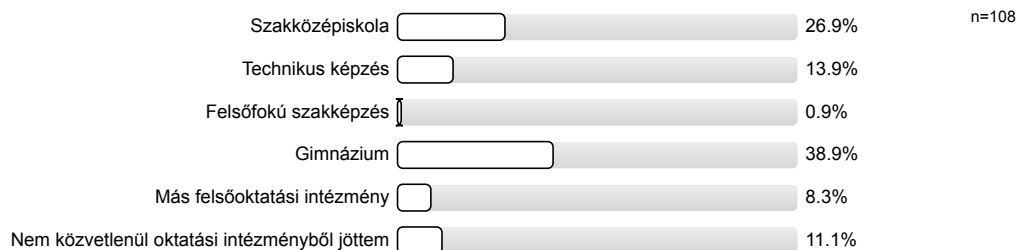


1.7) Mely felsőoktatási szakképzési szakon kezdte meg tanulmányait? Az eredmény a túl kevés válasz miatt nem jeleníthető meg.

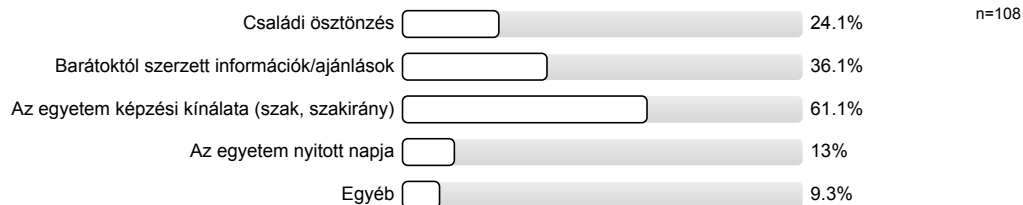
1.8) Mely tagozaton kezdte meg tanulmányait?



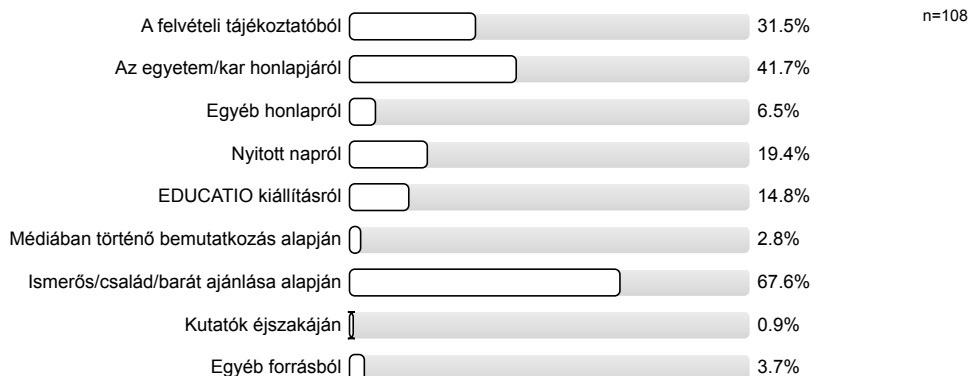
1.9) Hol tanult az egyetemre kerülés előtt?



1.10) Mi motiválta leginkább arra, hogy ide jelentkezzen?



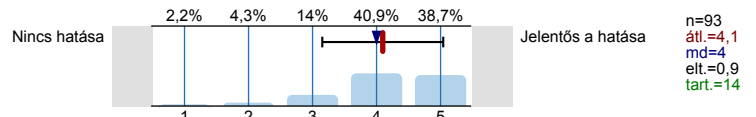
1.12) Hogyan ismerete meg az egyetemet? (Több választ is megjelölhet.)



2. Marketing munka sikerességét mérő kérdések

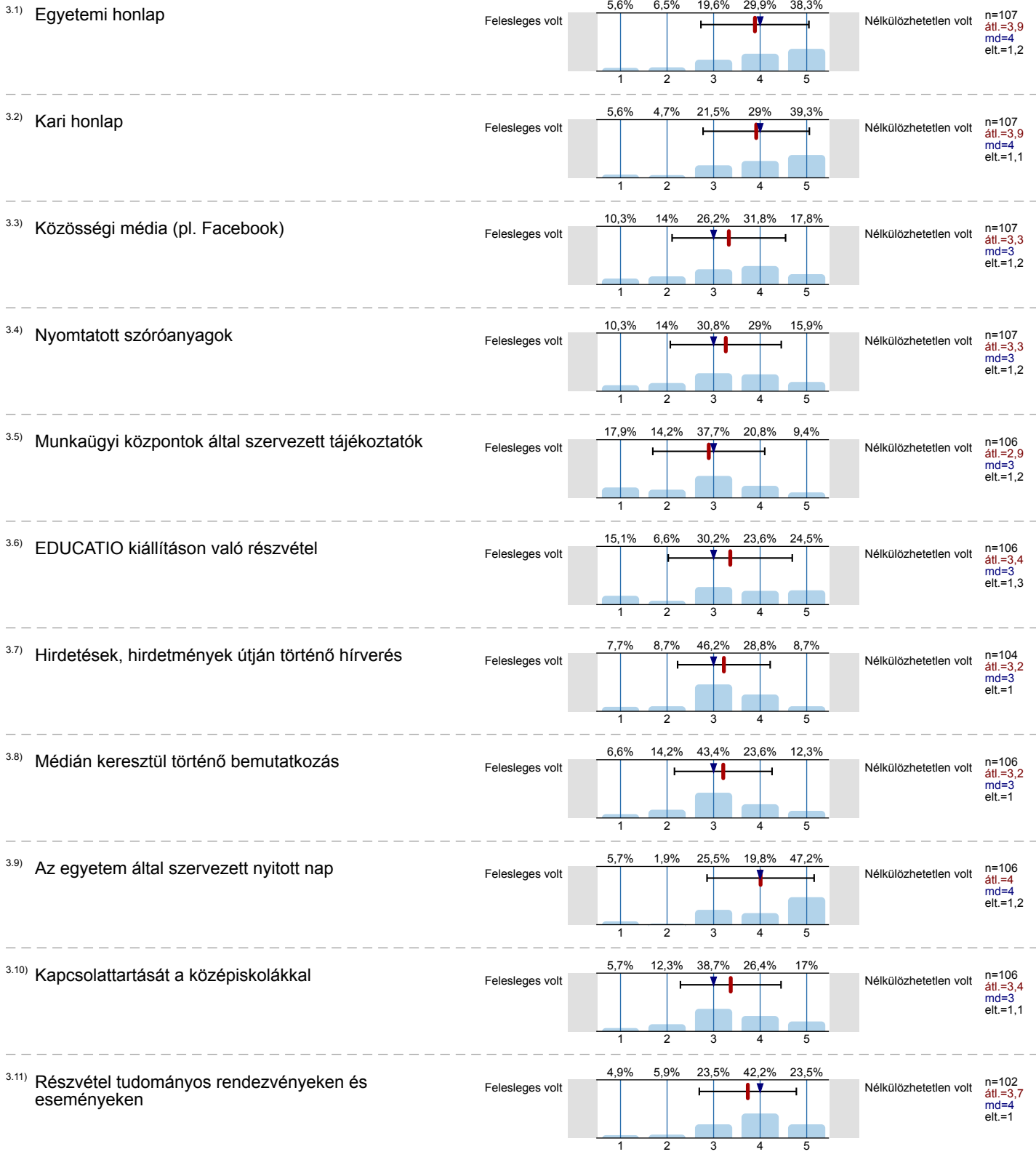
2.1)	Mennyire tetszenek Önnek az egyetem által alkalmazott <u>marketing eszközök</u> ?	Borzalmasak	0% 4,5% 36,4% 37,9% 21,2%	Nagyon tetszenek	n=66 átl.=3,8 md=4 elt.=0,8 tart.=42
2.2)	Mennyire tetszik Önnek az <u>egyetemi honlap</u> ?	Borzalmas	0,9% 5,6% 36,4% 45,8% 11,2%	Nagyon tetszik	n=107 átl.=3,6 md=4 elt.=0,8 tart.=1
2.3)	Mennyire tetszik Önnek a <u>kari honlap</u> ?	Borzalmas	1% 10,7% 34% 35,9% 18,4%	Nagyon tetszik	n=103 átl.=3,6 md=4 elt.=0,9 tart.=4
2.4)	Milyenek tartja Önnek az egyetem jelenlétét a <u>közösségi médiában</u> (pl. Facebook)?	Borzalmas	1% 14,4% 23,7% 39,2% 21,6%	Nagyon tetszik	n=97 átl.=3,7 md=4 elt.=1 tart.=11
2.5)	Milyenek ítéli meg a jövődő hallgatókat informáló <u>nyomatott szóróanyagokat</u> ?	Borzalmasak	1,2% 6,1% 24,4% 37,8% 30,5%	Nagyon tetszenek	n=82 átl.=3,9 md=4 elt.=1 tart.=26
2.6)	Milyenek ítéli meg az <u>egyetem</u> által szervezett <u>nyitott napon</u> történő bemutatkozását?	Borzalmas volt	0% 0% 10,6% 38,3% 51,1%	Nagyon tetszett	n=47 átl.=4,4 md=5 elt.=0,7 tart.=60
2.7)	Mennyire tetszett az <u>EDUCATIO</u> kiállításon történő bemutatkozás?	Borzalmas volt	0% 0% 31,6% 23,7% 44,7%	Nagyon tetszett	n=38 átl.=4,1 md=4 elt.=0,9 tart.=70
2.8)	Mennyire tartja sikeresnek a <u>munkaügyi központok</u> által szervezett <u>tájékoztató rendezvényeket</u> ?	Teljesen sikertelennek éreztem	4,5% 4,5% 31,8% 40,9% 18,2%	Nagyon jól hasznosíthatónak találtam	n=22 átl.=3,6 md=4 elt.=1 tart.=86
2.9)	Milyenek tartja az egyetem <u>hirdetéseken, hirdetésmények útján</u> történő <u>hírvetésének</u> hatékonyságát?	Nagyon rosszsznak	1,3% 5,3% 32% 46,7% 14,7%	Nagyon jónak	n=75 átl.=3,7 md=4 elt.=0,8 tart.=32
2.10)	Milyenek ítéli meg az egyetem bemutatkozását a <u>média eszközein keresztül</u> , pl. <u>riport, bemutatkozás</u> ,... (szóval nem direkt hirdetés)?	Nagyon rosszsznak	1,6% 6,5% 30,6% 40,3% 21%	Nagyon jónak	n=62 átl.=3,7 md=4 elt.=0,9 tart.=44
2.11)	Milyenek ítéli meg az egyetem közvetlen <u>kapcsolattartását a középiskolákkal</u> a <u>hírvetés szempontjából</u> (személyes látogatások, bemutatók)?	Nagyon rosszsznak	8,6% 27,6% 25,9% 24,1% 13,8%	Nagyon jónak	n=58 átl.=3,1 md=3 elt.=1,2 tart.=50
2.12)	Az egyetem által szervezett <u>tudományos rendezvények és események</u> mennyire támogatják az egyetem vonzó hatását?	Egyáltalán nem	0% 1,1% 13,5% 29,2% 56,2%	Nagyon hasznosnak	n=89 átl.=4,4 md=5 elt.=0,8 tart.=18
2.13)	Mennyire elégedett a <u>személyesen vagy telefonon</u> történő <u>felvilágosítással</u> ?	Nagyon elégedetlen	0% 5,1% 20,3% 43% 31,6%	Nagyon elégedett	n=79 átl.=4 md=4 elt.=0,9 tart.=29

2.14) Milyenek ítéli meg a már az intézményben tanuló hallgatók sikereinek visszhangjának hatását?

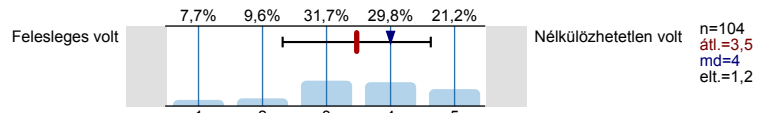


3. A marketing elemek fontosságát mérő kérdések

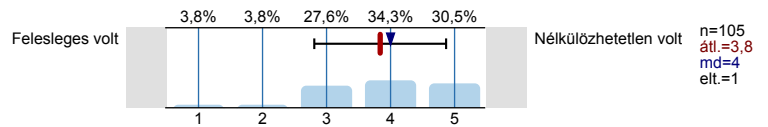
Az egyetem vonzóvá tétele szempontjából mennyire tartja fontosnak az alábbi marketing eszközöket, segítették-e döntését? Kérjük értékelje az egyes elemek fontosságát 5 fokozatú skálán!



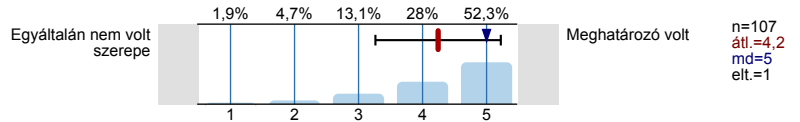
3.12) Személyesen vagy telefonon történő felvilágosítás



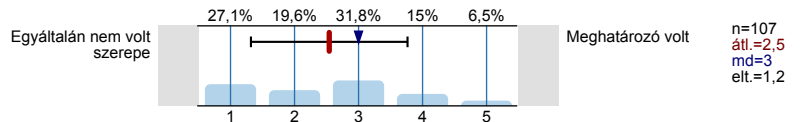
3.13) A már az intézményben tanuló/végzett hallgatók sikereinek bemutatása

**A felsorolt tényezők mennyire játszottak szerepet döntésében, amikor felsőoktatási intézményt választott?**

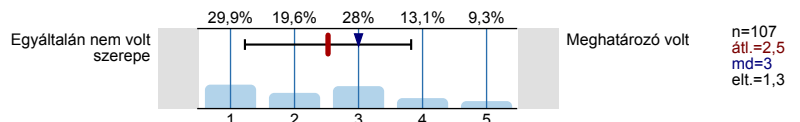
3.14) Jó hírű iskola legyen



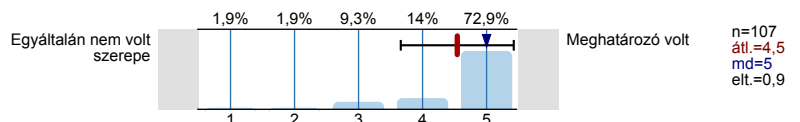
3.15) Ismertek legyenek az intézmény oktatói



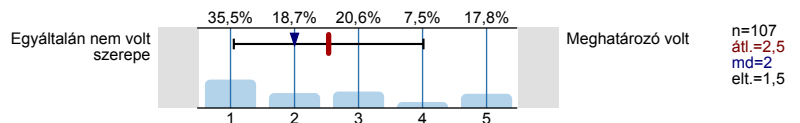
3.16) Könnyű legyen bekerülni



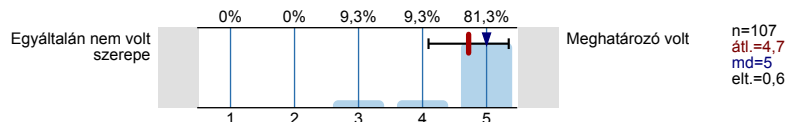
3.17) A diploma után jó elhelyezkedési lehetőséget biztosítson



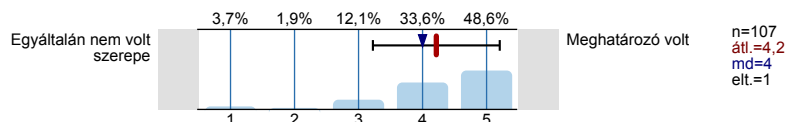
3.18) Ne legyen messze a lakóhelyemtől az intézmény



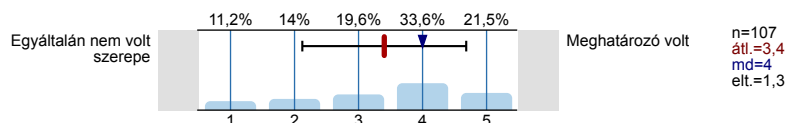
3.19) Az érdeklődési körömnek megfelelő dolgot tanulhassak



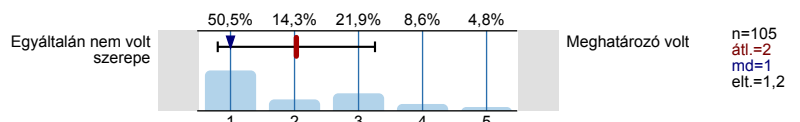
3.20) Sok pénzt lehet keresni a megszerzett diplomával



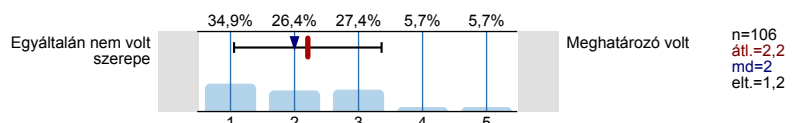
3.21) Nagy hagyományú, patinás intézmény legyen



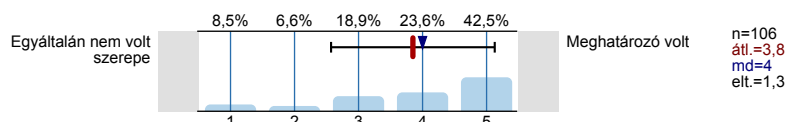
3.22) Sok karral rendelkező egyetem legyen



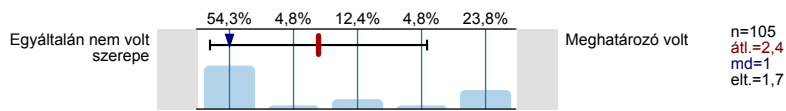
3.23) Ne kelljen túl sokat tanulni, könnyű legyen végezni



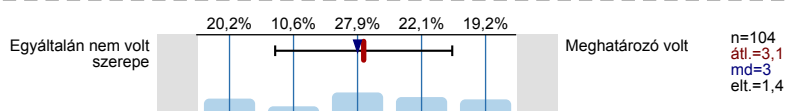
3.24) Jó, hogy a fővárosban van az intézmény



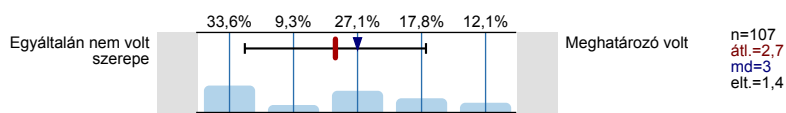
3.25) Legyen a kollégiumi helyzet megoldott



3.26) Pezsgő hallgatói élet legyen



3.27) Nyíljék lehetőség diákmunkára

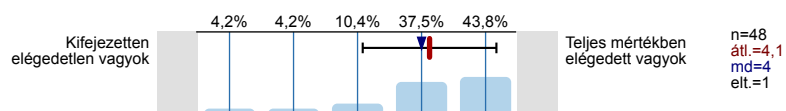


4. Gólyatáborral, regisztrációs héttel kapcsolatos kérdések

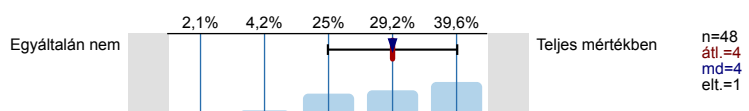
4.1) Részt vett az egyetem Hallgatói Önkormányzata által szervezett gólyatáborban?



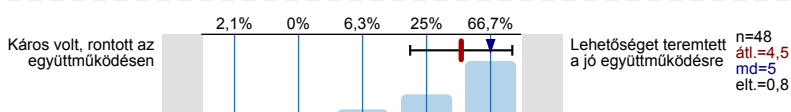
4.2) Mennyire elégedett a gólyatáborban az oktatók által adott információk tartalmával (teljes körűségével és részletességével)?



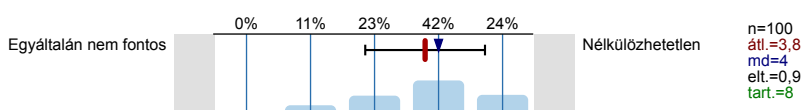
4.3) Mennyire tudta használni a gólyatáborban az oktatóktól kapott információkat?



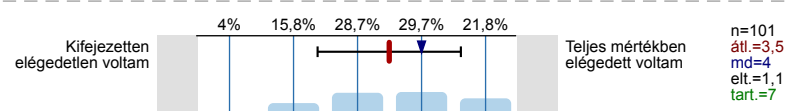
4.4) Mennyire találja hasznosnak a gólyatábort a hallgatótársaival való későbbi együttműködés szempontjából?



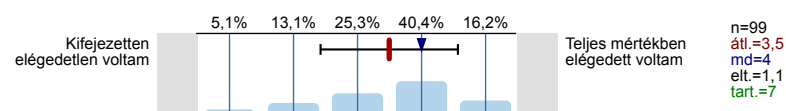
4.5) A regisztrációs héten megszerzett információk mélysége/részletessége



4.6) Mennyire elégedett a regisztrációs hét szervezésével/beosztásával?

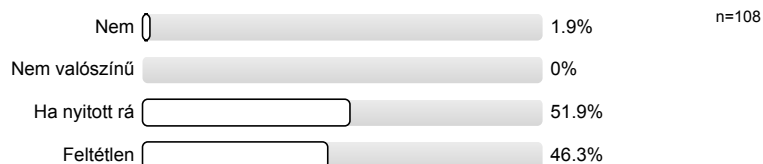


4.7) Mennyire elégedett a regisztrációs héten megszerzett információk mélységével/részletességével?



5. További kiegészítések

5.1) Bekerülve az egyetemre ajánlaná-e barátjának, hogy a karon/központban tanuljon?



Köszönjük, hogy válaszaival támogatta az egyetem marketing és minőségügyi tevékenységét!