


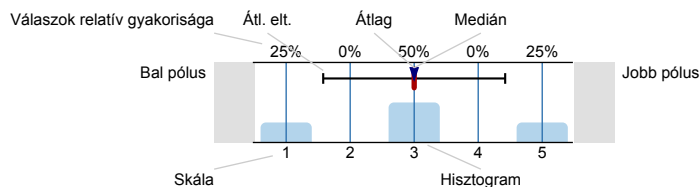
# Elégedettség

0 körös elégedettség 2012 KVK (0\_koros\_2012\_kv) 

## Felmérés eredmények

### Jelmagyarázat

Kérdésszöveg



n=mennyiség  
 átl.=átlag  
 md=Medián  
 elt.=Átl. elt.  
 tart.=tartózkodás

## 1. Statisztikai adatok

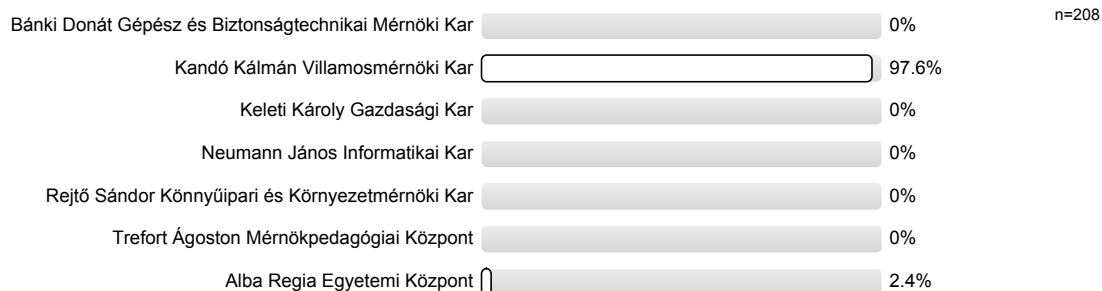
1.2) Állandó lakhelye, mely megyében található?

Magyarország	Relatív gyakoriság	n
Budapest <input type="checkbox"/>	30.3%	n=208
Bács-Kiskun megye <input type="checkbox"/>	5.3%	
Békés megye <input type="checkbox"/>	4.3%	
Borsod-Abaúj-Zemplén megye <input type="checkbox"/>	3.8%	
Fejér megye <input type="checkbox"/>	7.7%	
Csongrád megye <input type="checkbox"/>	3.8%	
Győr-Moson-Sopron megye <input type="checkbox"/>	1.9%	
Hajdú-Bihar megye <input type="checkbox"/>	1.4%	
Heves megye <input type="checkbox"/>	3.8%	
Jász-Nagykun-Szolnok megye <input type="checkbox"/>	4.3%	
Komárom-Esztergom megye <input type="checkbox"/>	2.9%	
Nógrád megye <input type="checkbox"/>	0.5%	
Pest megye <input type="checkbox"/>	20.2%	
Somogy megye <input type="checkbox"/>	2.4%	
Szabolcs-Szatmár-Bereg megye <input type="checkbox"/>	2.4%	
Tolna megye <input type="checkbox"/>	1.4%	
Vas megye <input type="checkbox"/>	0.5%	
Veszprém megye <input type="checkbox"/>	1%	
Zala megye <input type="checkbox"/>	1.9%	

1.3) Állandó lakhelyének típusa

Típus	Relatív gyakoriság	n
nagyváros <input type="checkbox"/>	43.3%	n=208
kisváros <input type="checkbox"/>	30.3%	
község <input type="checkbox"/>	26%	
egyéb <input type="checkbox"/>	0.5%	

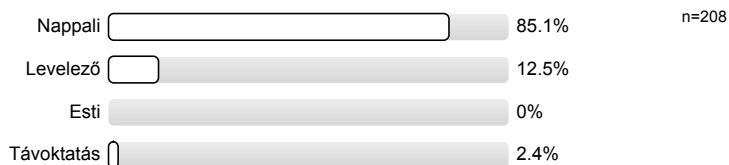
## 1.4) Kar/Központ neve, ahol tanulmányait megkezdte:



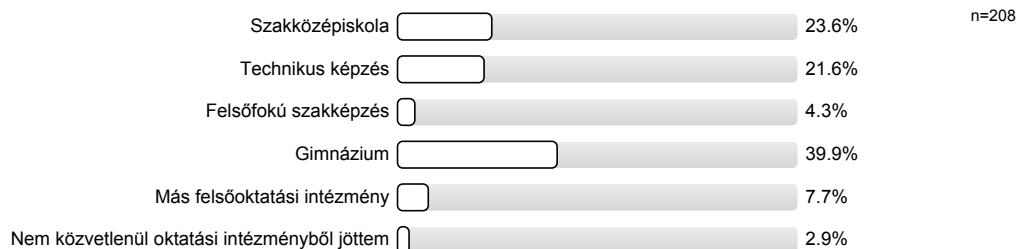
## 1.5) Tanulmányait milyen képzési szinten kezdte meg?



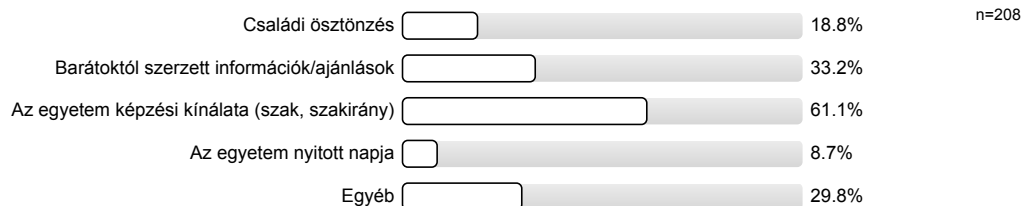
## 1.8) Mely tagozaton kezdte meg tanulmányait?



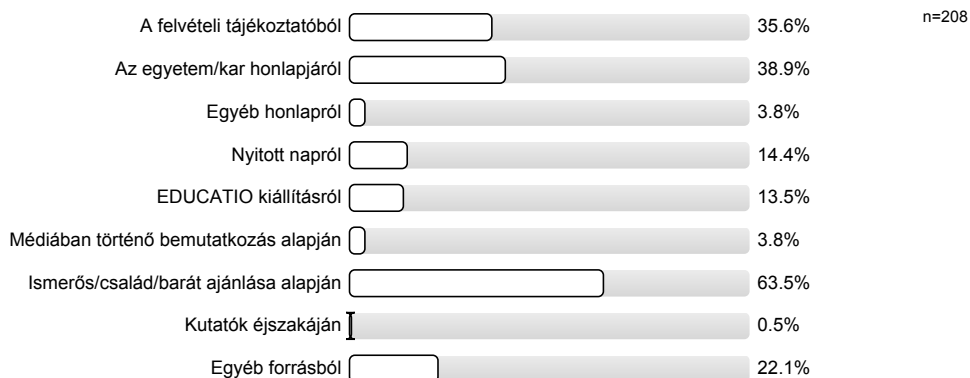
## 1.9) Hol tanult az egyetemre kerülés előtt?



## 1.10) Mi motiválta leginkább arra, hogy ide jelentkezzen?



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

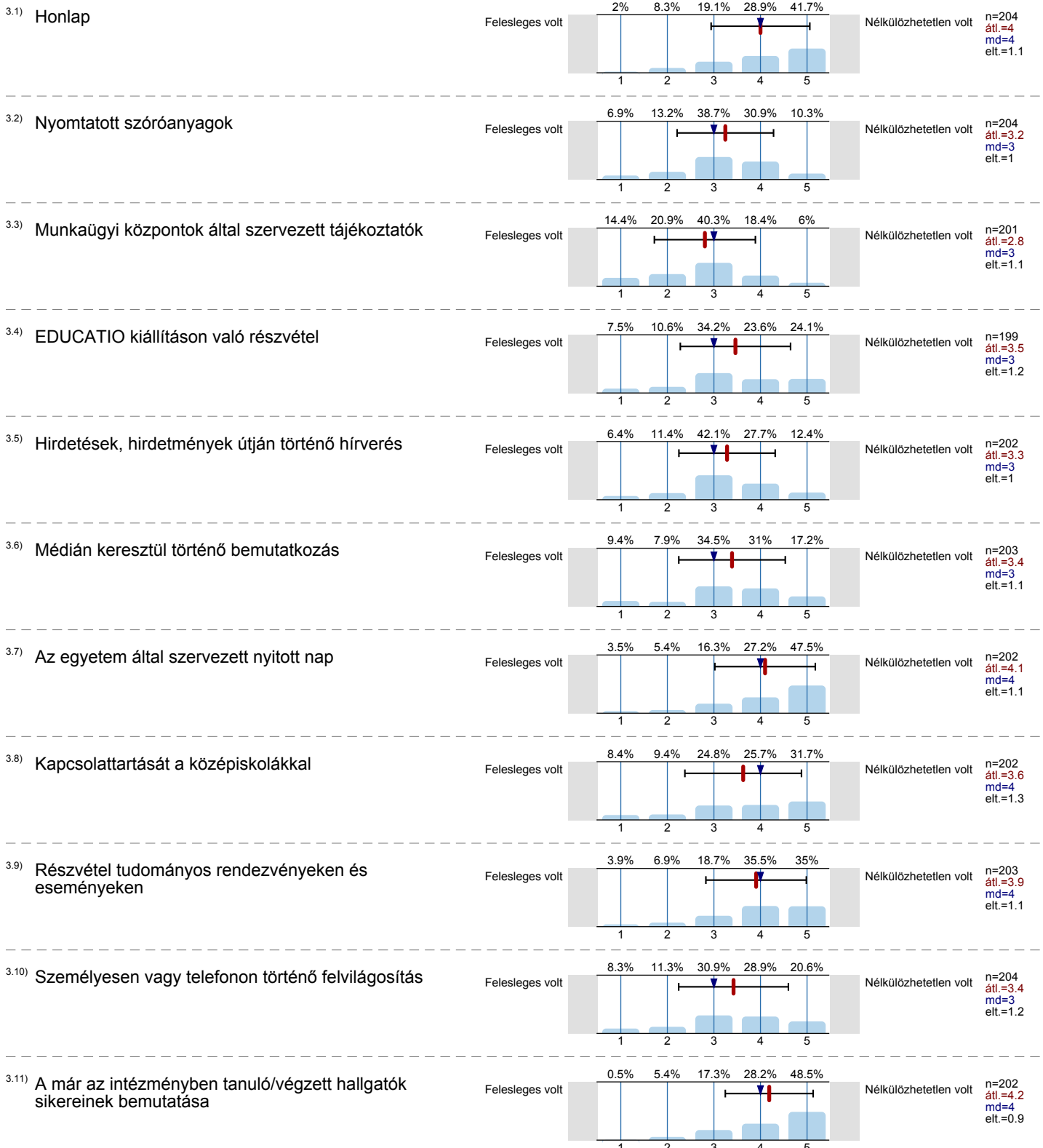


## 2. Marketing munka sikerességét mérő kérdések

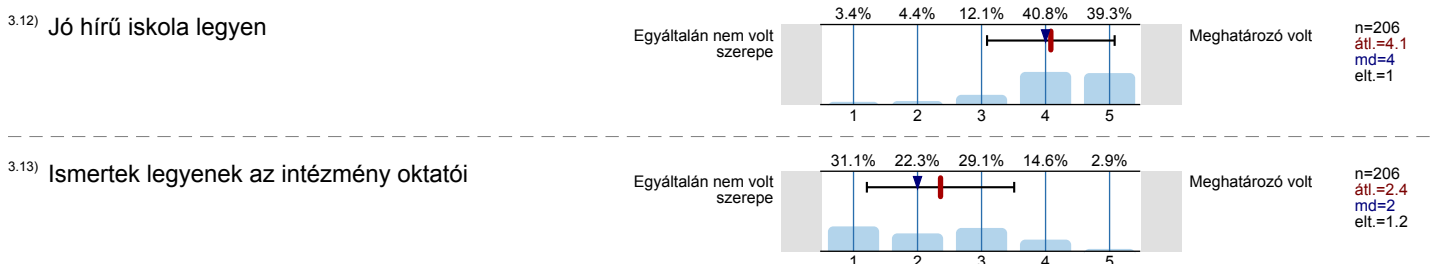
2.1)	Mennyire tetszenek Önnek az egyetem által alkalmazott <u>marketing eszközök</u> ?	Borzalmasak	1.5% 3.7% 34.1% 51.9% 8.9%	Nagyon tetszenek	n=135 átl.=3.6 md=4 elt.=0.8 tart.=71
2.2)	Mennyire tetszik Önnek az egyetemi <u>honlap</u> ?	Borzalmas	1% 5.9% 31.4% 48% 13.7%	Nagyon tetszik	n=204 átl.=3.7 md=4 elt.=0.8 tart.=2
2.3)	Milyenek ítéli meg a jövőendő hallgatókat informáló <u>nyomatott szóróanyagokat</u> ?	Borzalmasak	0% 4.2% 26.7% 40.6% 28.5%	Nagyon tetszenek	n=165 átl.=3.9 md=4 elt.=0.8 tart.=39
2.4)	Milyenek ítéli meg az egyetem által szervezett <u>nyitott napon</u> történő bemutatkozását?	Borzalmas volt	0% 3.4% 12.5% 38.6% 45.5%	Nagyon tetszett	n=88 átl.=4.3 md=4 elt.=0.8 tart.=117
2.5)	Mennyire tetszett az <u>EDUCATIO</u> kiállításon történő bemutatkozás?	Borzalmas volt	3.6% 3.6% 12.7% 38.2% 41.8%	Nagyon tetszett	n=55 átl.=4.1 md=4 elt.=1 tart.=149
2.6)	Mennyire tartja sikeresnek a <u>munkaügyi központok által szervezett tájékoztató rendezvényeket</u> ?	Teljesen sikertelennek éreztem	3.4% 6.8% 30.5% 40.7% 18.6%	Nagyon jól hasznosíthatónak találtam	n=59 átl.=3.6 md=4 elt.=1 tart.=145
2.7)	Milyenek tartja az egyetem <u>hirdetéseken, hirdetésményeken</u> útján történő hírverésének hatékonyságát?	Nagyon rosszznak	2% 8.1% 35.6% 43.6% 10.7%	Nagyon jónak	n=149 átl.=3.5 md=4 elt.=0.9 tart.=55
2.8)	Milyenek ítéli meg az egyetem bemutatkozását a <u>média eszközein keresztül, pl. riport, bemutatkozás,...</u> (szóval nem direkt hirdetés)?	Nagyon rosszznak	0.8% 7.9% 29.9% 40.2% 21.3%	Nagyon jónak	n=127 átl.=3.7 md=4 elt.=0.9 tart.=78
2.9)	Milyenek ítéli meg az egyetem közvetlen <u>kapcsolattartását a középiskolákkal</u> a hírverés szempontjából (személyes látogatások, bemutatók)?	Nagyon rosszznak	8.6% 20% 29.5% 25.7% 16.2%	Nagyon jónak	n=105 átl.=3.2 md=3 elt.=1.2 tart.=100
2.10)	Az egyetem által szervezett <u>tudományos rendezvények és események</u> mennyire támogatják az egyetem vonzó hatását?	Egyáltalán nem	0% 3.8% 18.6% 44.2% 33.3%	Nagyon hasznosnak	n=156 átl.=4.1 md=4 elt.=0.8 tart.=50
2.11)	Mennyire elégedett a <u>személyesen vagy telefonon</u> történő felvilágosítással?	Nagyon elégedetlen	2% 6.1% 21.1% 34.7% 36.1%	Nagyon elégedett	n=147 átl.=4 md=4 elt.=1 tart.=59
2.12)	Milyenek ítéli meg a már az <u>intézményben tanuló hallgatók sikereinek visszhangjának</u> hatását?	Nincs hatása	1.7% 1.7% 17.6% 45.5% 33.5%	Jelentős a hatása	n=176 átl.=4.1 md=4 elt.=0.9 tart.=30

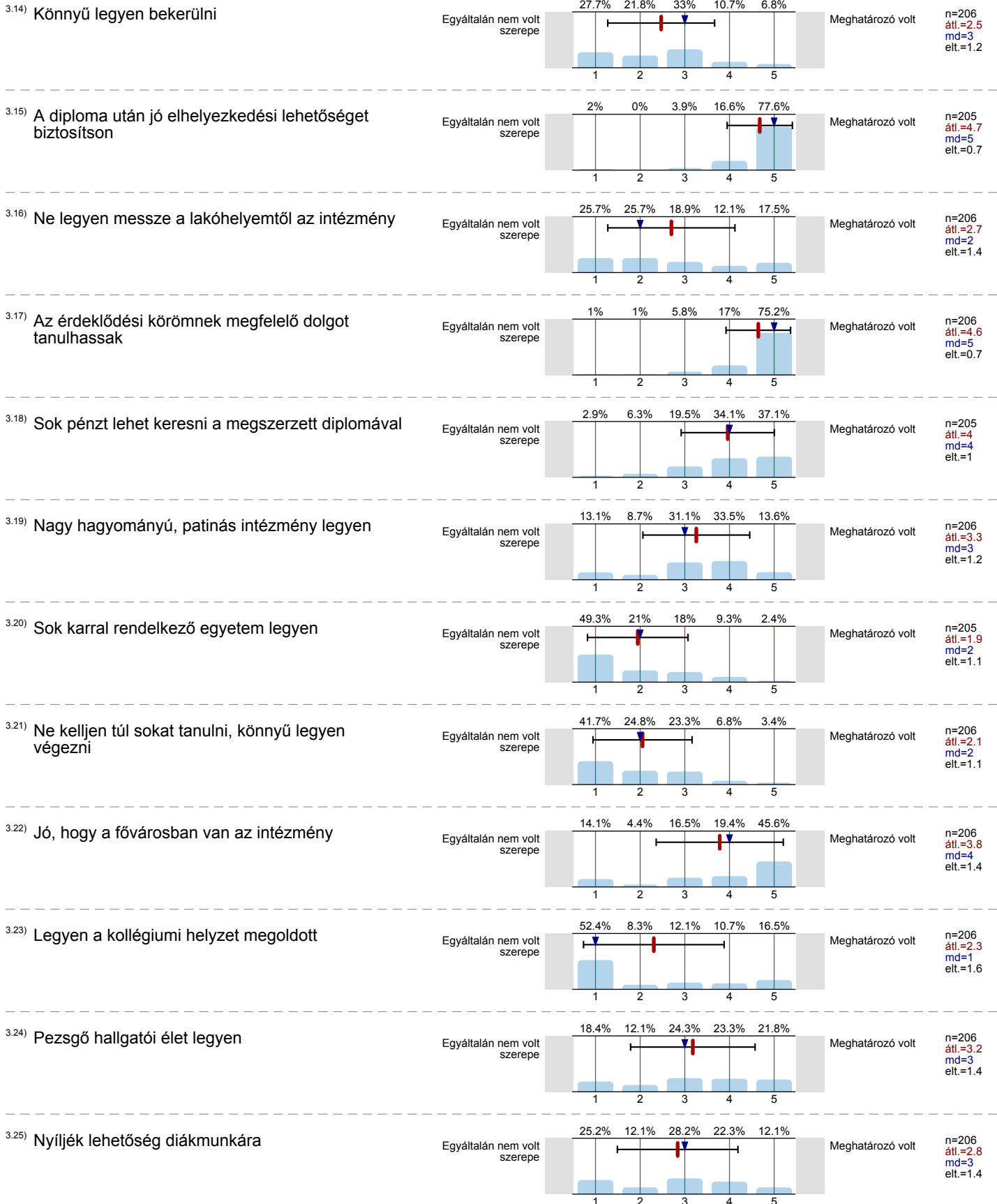
## 3. A marketing elemek fontosságát mérő kérdések

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



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

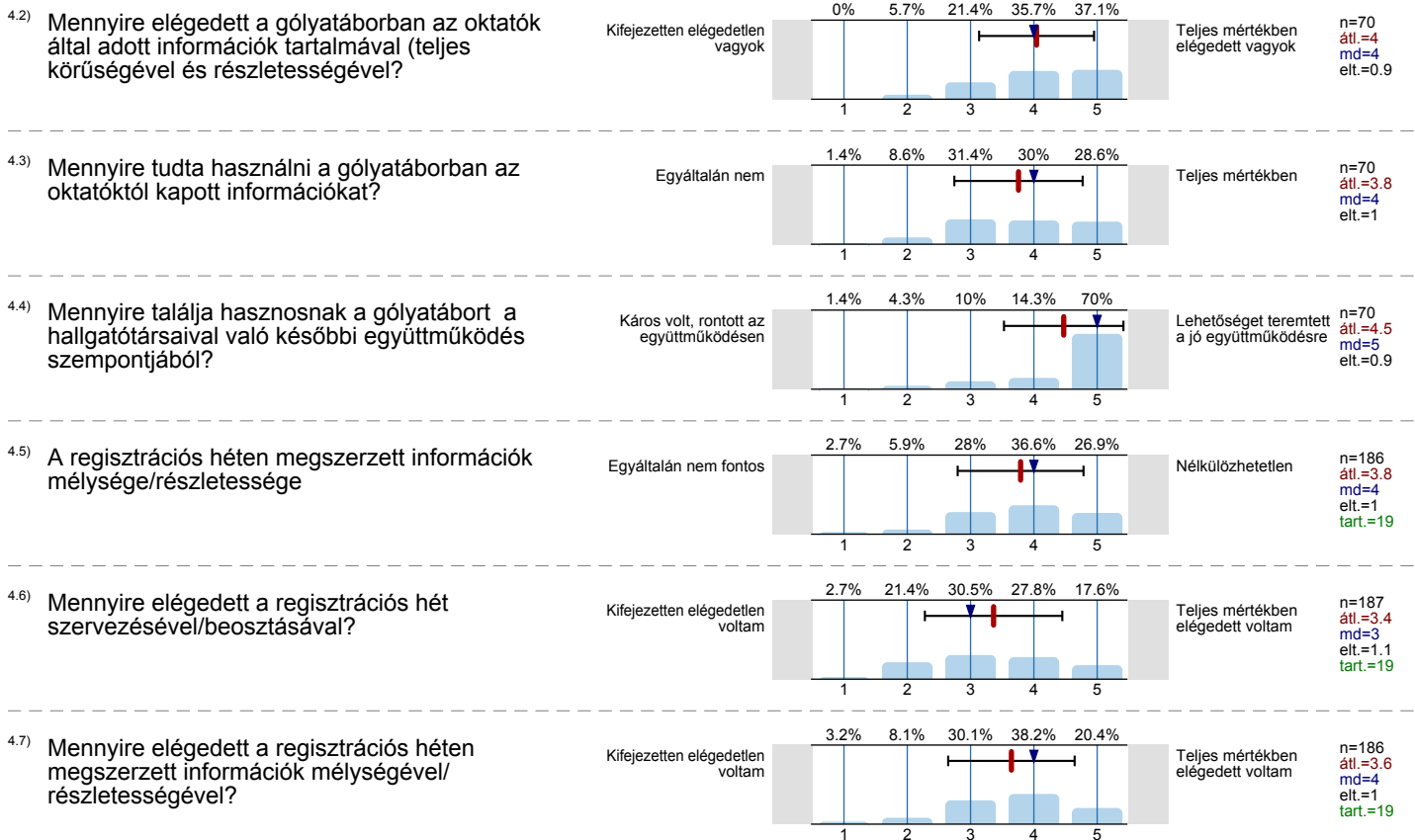




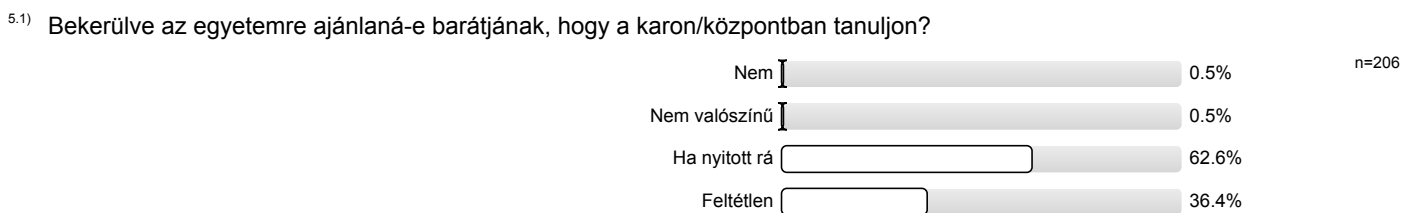
#### 4. Gólyatáborral, regisztrációs héttel kapcsolatos kérdések

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





## 5. További kiegészítések



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

Az Egyetem vezetése