

# Elégedettség

0 körös elégedettség BGK (0kor\_bgk\_2011)  
Válaszadók száma = 135



## Felmérés eredmények

### Jelmagyarázat

Kérdésszöveg

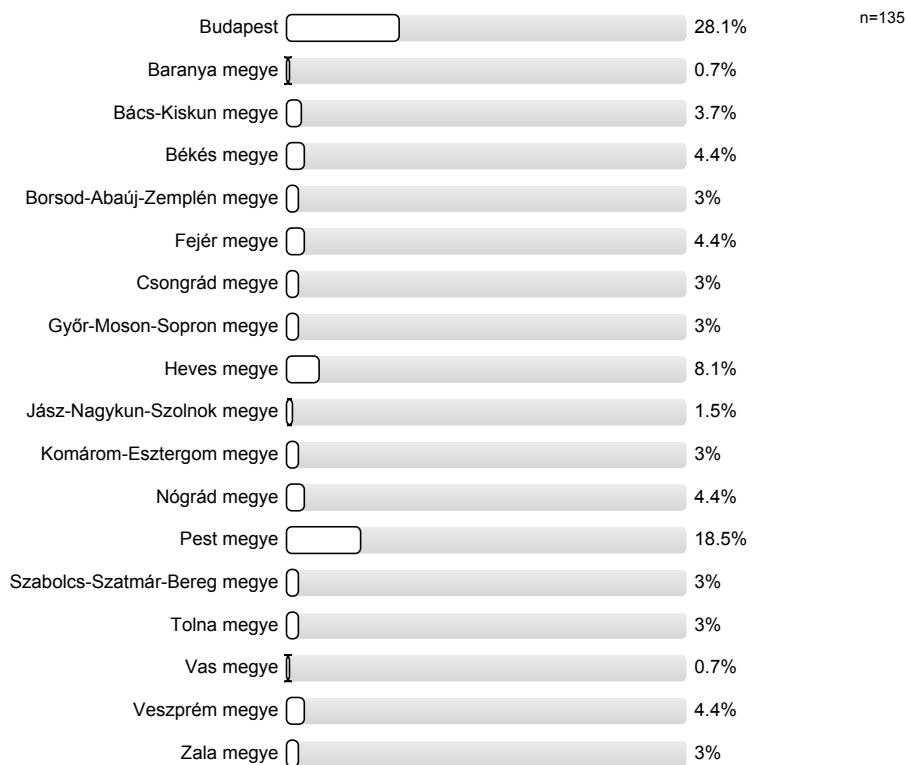


### 1. Statisztikai adatok

1.1) Neme:



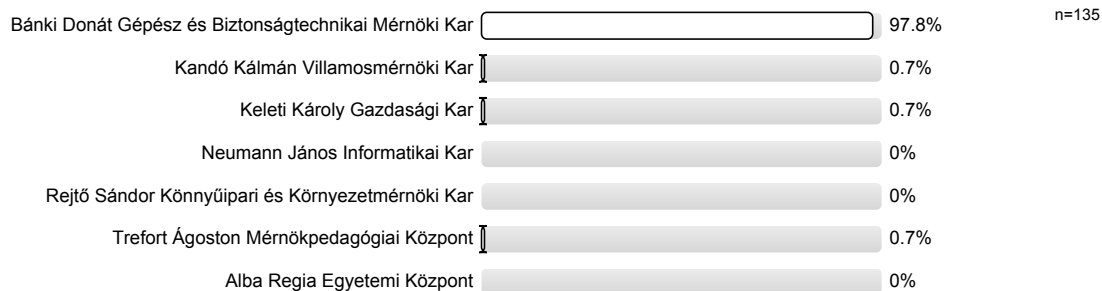
1.2) Állandó lakhelye, mely megyében található?



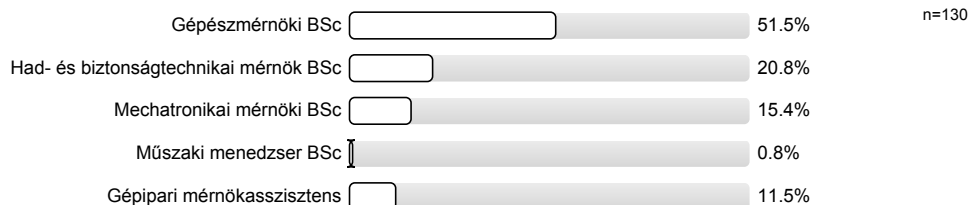
1.3) Állandó lakhelyének típusa



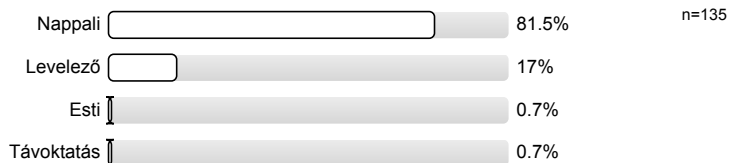
## 1.4) Kar/Központ neve, ahol tanulmányait megkezdte:



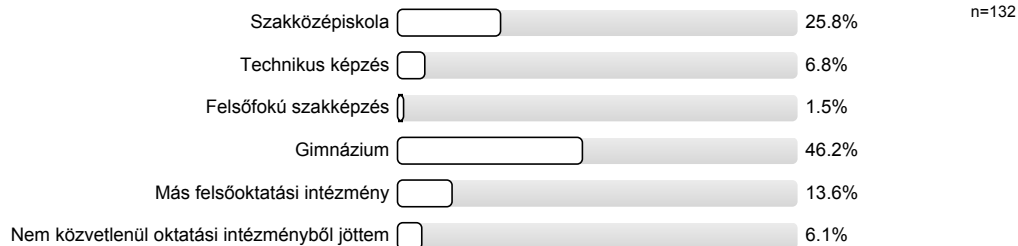
## 1.5) Mely szakon kezdte meg tanulmányait?



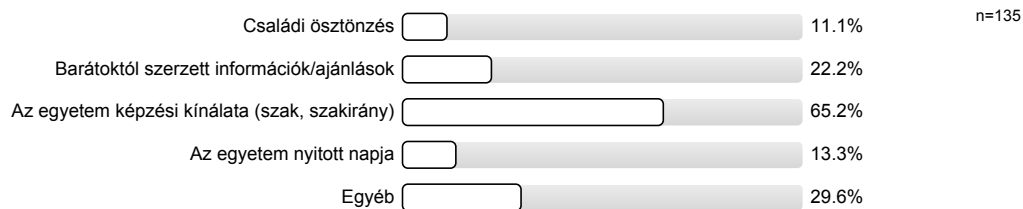
## 1.6) Mely tagozaton kezdte meg tanulmányait?



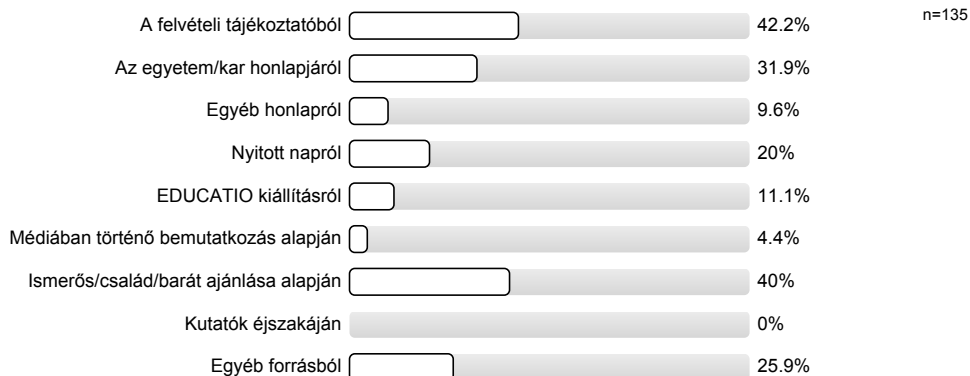
## 1.7) Hol tanult az egyetemre kerülés előtt?



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

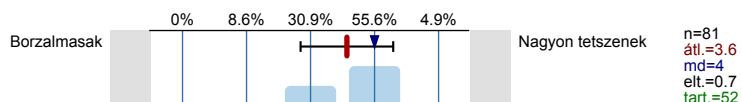


1.9) Hogyan ismerete meg az egyetemet? (Több választ is megjelölhet.)

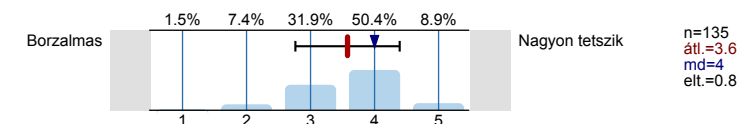


## 2. Marketing munka sikerességét mérő kérdések

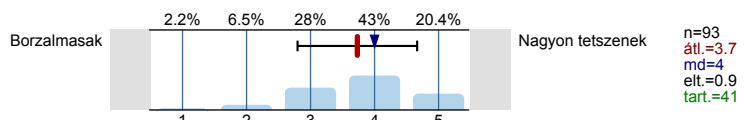
2.1) Mennyire tetszenek Önnek az egyetem által alkalmazott marketing eszközök?



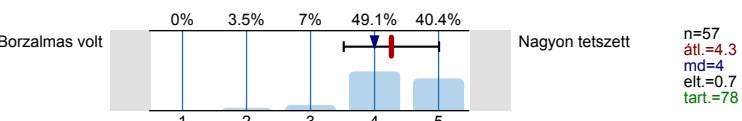
2.2) Mennyire tetszik Önnek az egyetemi honlap?



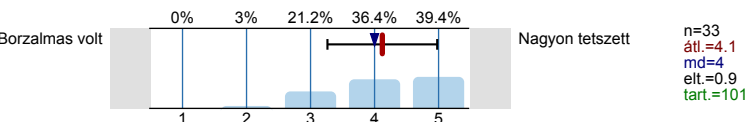
2.3) Milyenek ítéli meg a jövődő hallgatókat informáló nyomatott szóróanyagokat?



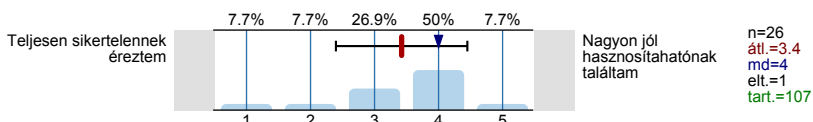
2.4) Milyenek ítéli meg az egyetem által szervezett nyitott napon történő bemutatkozását?



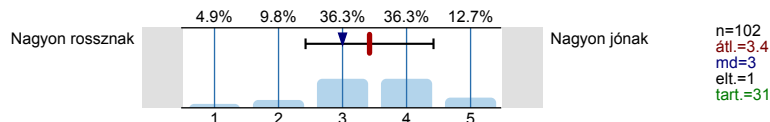
2.5) Mennyire tetszett az EDUCATIO kiállításon történő bemutatkozás?



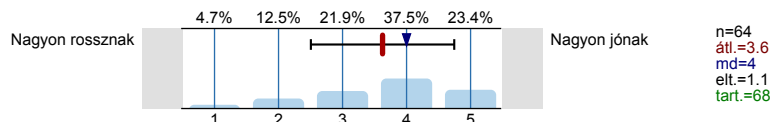
2.6) Mennyire tartja sikeresnek a munkaügyi központok által szervezett tájékoztató rendezvényeket?



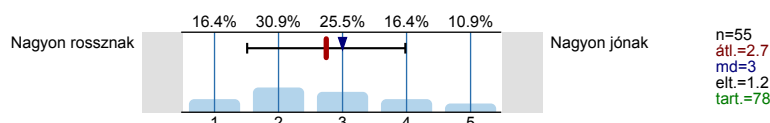
2.7) Milyenek tartja az egyetem hirdetéseken, hirdetésmények útján történő hírverésének hatékonyságát?

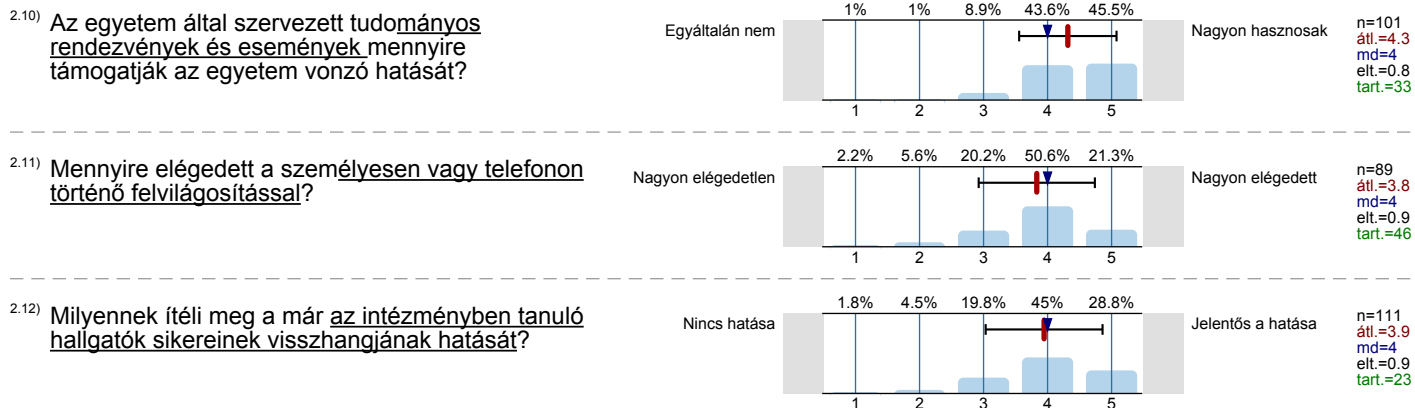


2.8) Milyenek ítéli meg az egyetem bemutatkozását a média eszközein keresztül, pl. riport, bemutatkozás,... (szóval nem direkt hirdetés)?



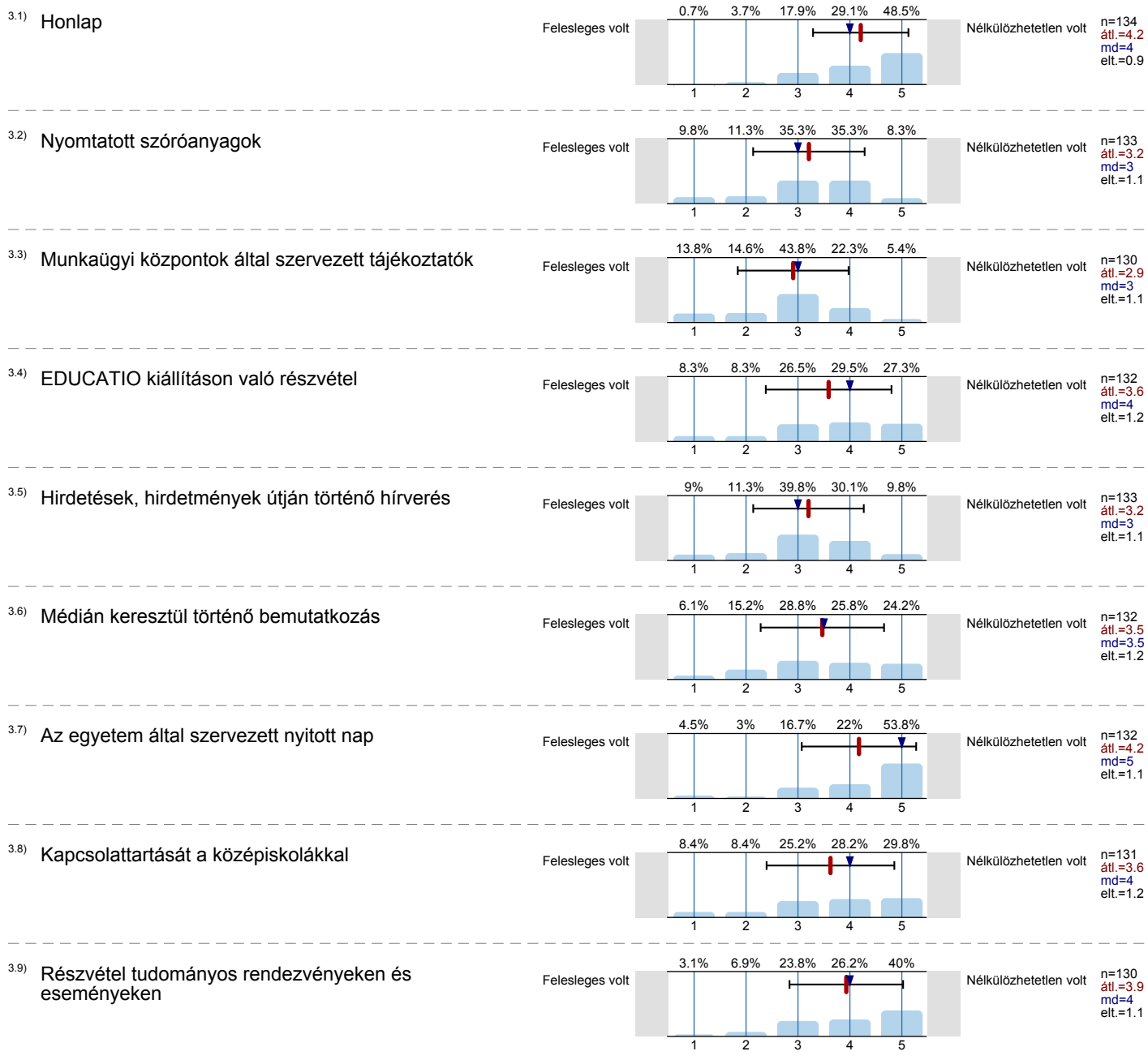
2.9) Milyenek ítéli meg az egyetem közvetlen kapcsolattartását a középiskolákkal a hírverés szempontjából (személyes látogatások, bemutatók)?



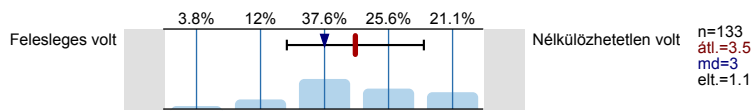


### 3. A marketing elemek fontosságát mérő kérdések

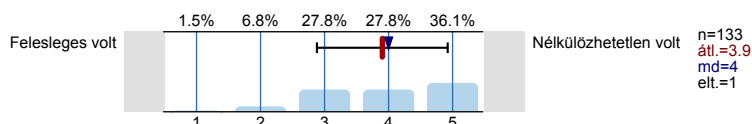
**Az egyetem vonzóvá tétele szempontjából mennyire tartja fontosnak az alábbi marketing eszközöket, segítettek-e döntését? Kérjük értékelje az egyes elemek fontosságát 5 fokozatú skálán!**



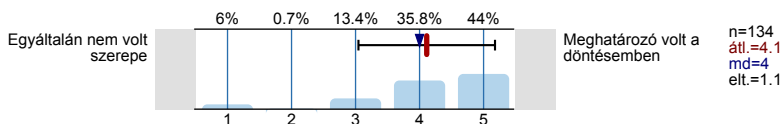
3.10) Személyesen vagy telefonon történő felvilágosítás



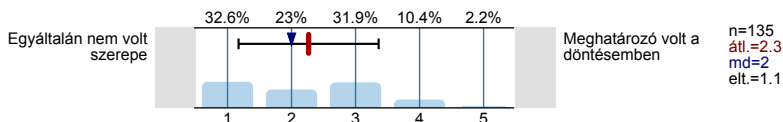
3.11) A már az intézményben tanuló/végzett hallgatók sikereinek bemutatása

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

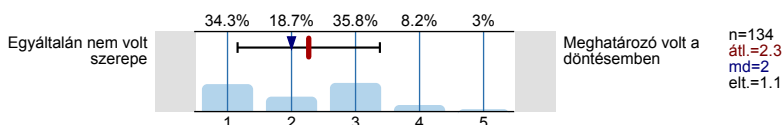
3.12) Jó hírű iskola legyen



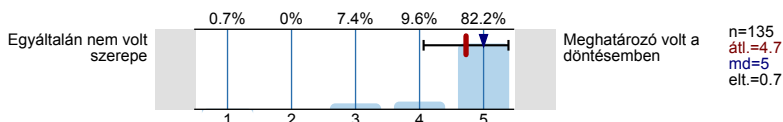
3.13) Ismertek legyenek az intézmény oktatói



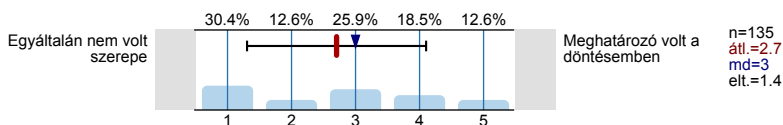
3.14) Könnyű legyen bekerülni



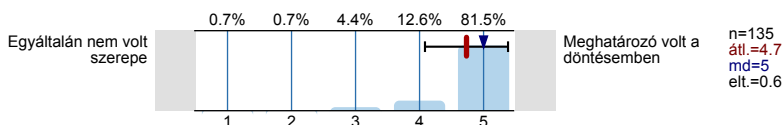
3.15) A diploma után jó elhelyezkedési lehetőséget biztosítson



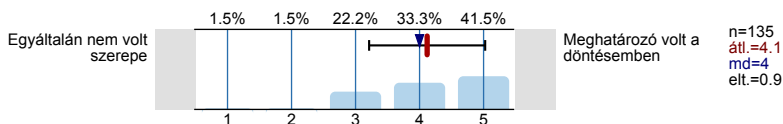
3.16) Ne legyen messze a lakóhelyemtől az intézmény



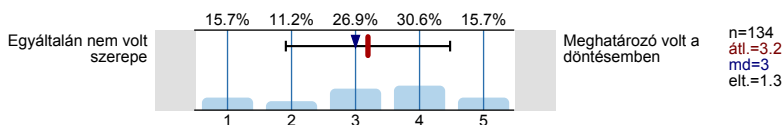
3.17) Az érdeklődési körömnek megfelelő dolgot tanulhassak



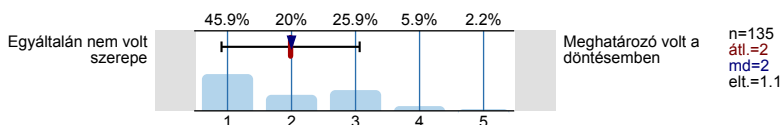
3.18) Sok pénzt lehet keresni a megszerzett diplomával



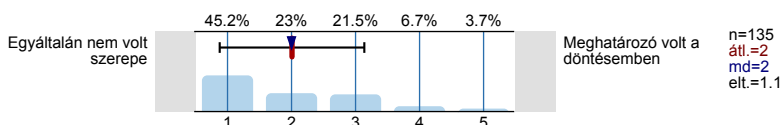
3.19) Nagy hagyományú, patinás intézmény legyen



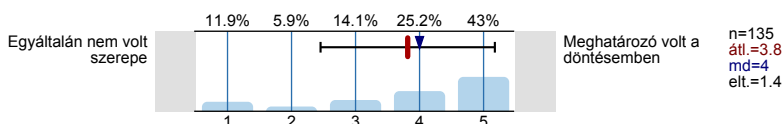
3.20) Sok karral rendelkező egyetem legyen



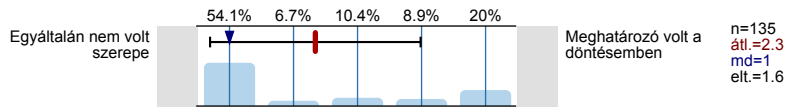
3.21) Ne kelljen túl sokat tanulni, könnyű legyen végezni



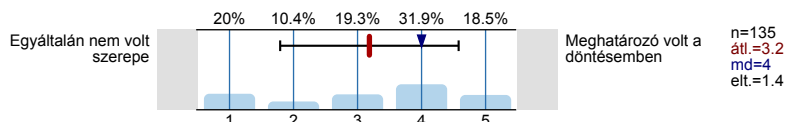
3.22) Jó, hogy a fővárosban van az intézmény



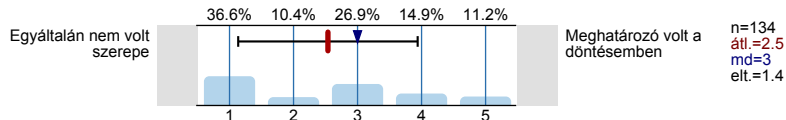
3.23) Legyen a kollégiumi helyzet megoldott



3.24) Pezsgő hallgatói élet legyen



3.25) Nyíljék lehetőség diák munkára

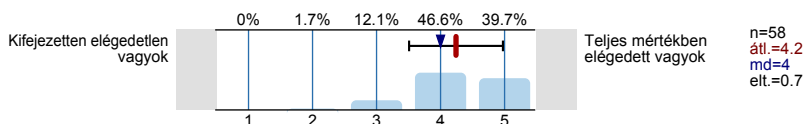


## 4. Gólyatáborral, regisztrációs héttel kapcsolatos kérdések

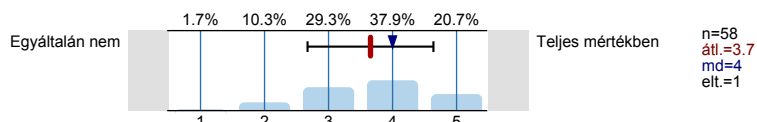
4.1) Részt vett az egyetem Hallgatói Önkormányzata által szervezett gólyatáborban?



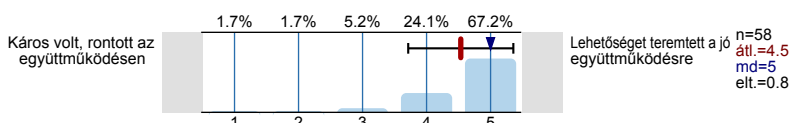
4.2) Mennyire elégedett a gólyatáborban az oktatók által adott információk tartalmával (teljes körűségével és részletességével)?



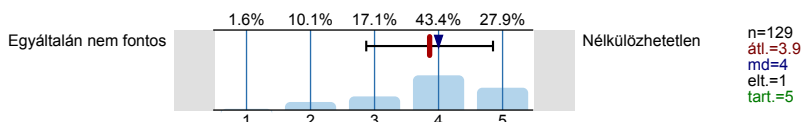
4.3) Mennyire tudta használni a gólyatáborban az oktatóktól kapott információkat?



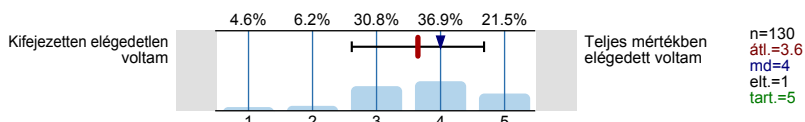
4.4) Mennyire találja hasznosnak a gólyatábort a hallgatótársaival való későbbi együttműködés szempontjából?



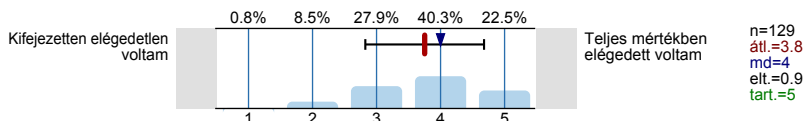
4.5) A regisztrációs héten megszerzett információk mélysége/részletessége



4.6) Mennyire elégedett a regisztrációs hét szervezésével/beosztásával?

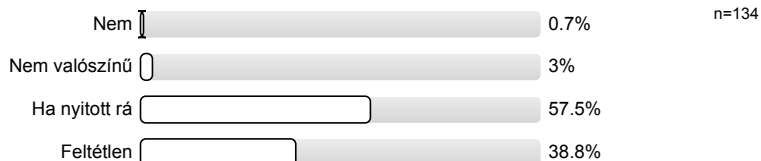


4.7) Mennyire elégedett a regisztrációs héten megszerzett információk mélységével/részletességével?



## 5. További kiegészítések

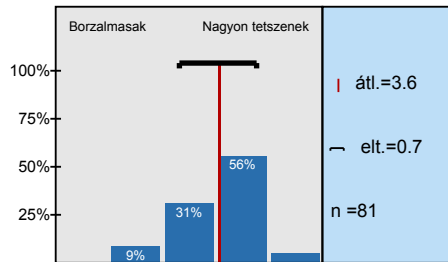
5.1) Bekerülve az egyetemre ajánlaná-e barátjának, hogy a karon/központban tanuljon?



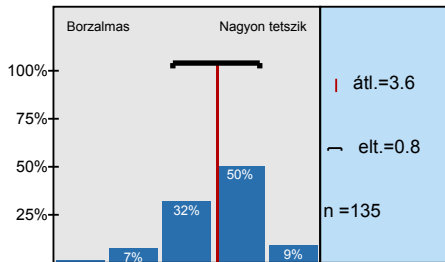
Köszönjük, hogy válaszaival támogatta az egyetem marketing és minőségügyi tevékenységét!

**Hisztogram skálázott kérdésekhez**

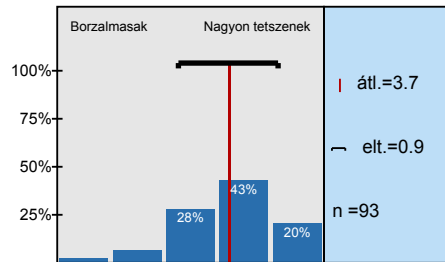
Mennyire tetszenek Önnek az egyetem által alkalmazott marketing eszközök?



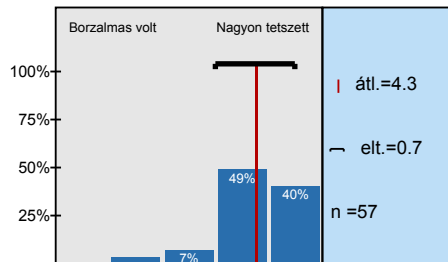
Mennyire tetszik Önnek az egyetemi honlap?



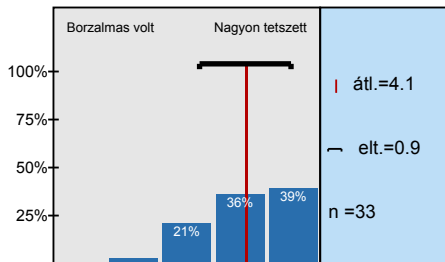
Milyennek ítéli meg a jövődö hallgatókat informáló nyomatott szóróanyagokat?



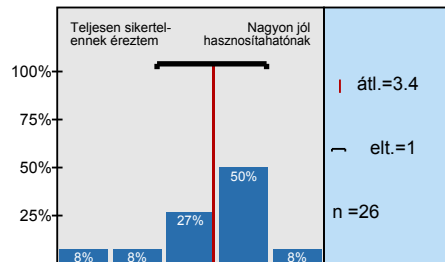
Milyennek ítéli meg az egyetem által szervezett nyitott napon történő bemutatkozását?



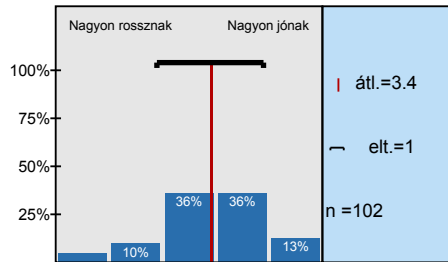
Mennyire tetszett az EDUCATIO kiállításon történő bemutatkozás?



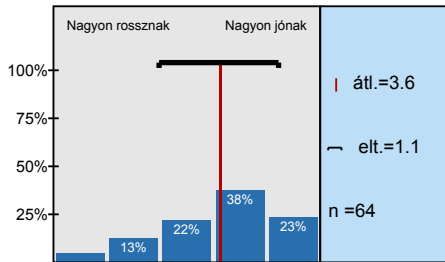
Mennyire tartja sikeresnek a munkaügyi központok által szervezett tájékoztató rendezvényeket?



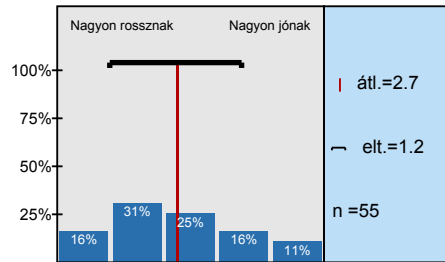
Milyennek tartja az egyetem hirdetéseken, hirdetmények útján történő hírverésének



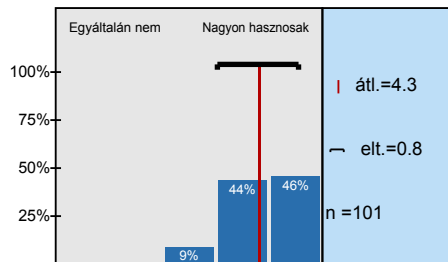
Milyennek ítéli meg az egyetem bemutatkozását a média eszközein keresztül, pl. riport, bemutatkozás,



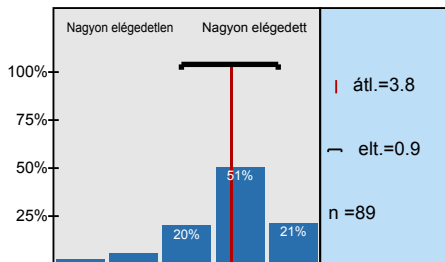
Milyennek ítéli meg az egyetem közvetlen kapcsolattartását a középiskolákkal a hírverés



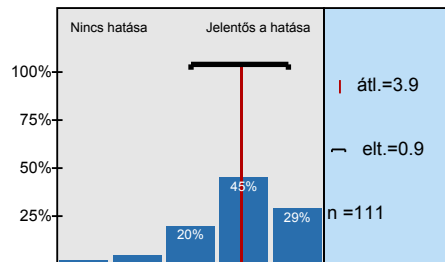
Az egyetem által szervezett tudományos rendezvények és események mennyire támogatják



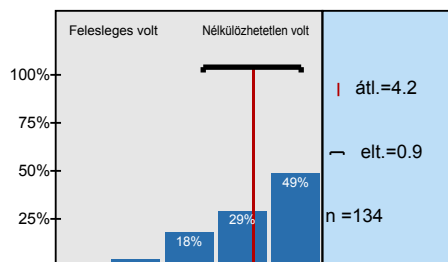
Mennyire elégedett a személyesen vagy telefonon történő felvilágosítással?



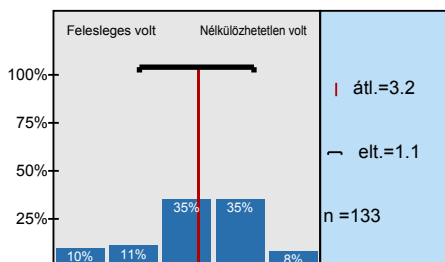
Milyennek ítéli meg a már az intézményben tanuló hallgatók sikereinek visszhangjának hatását?



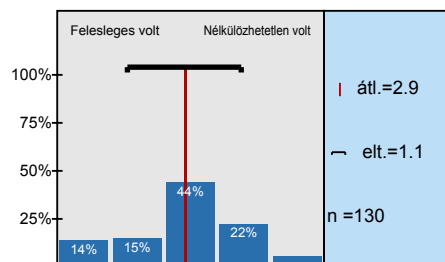
Honlap



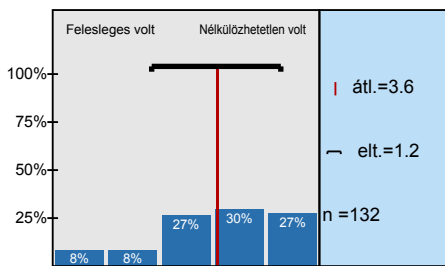
Nyomatott szóróanyagok



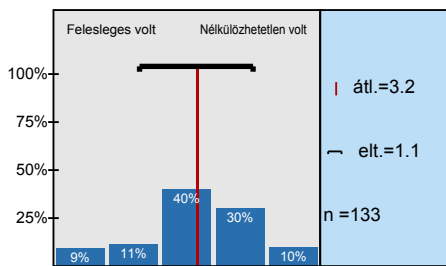
Munkaügyi központok által szervezett tájékoztatók



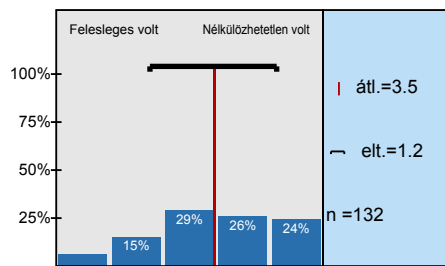
EDUCATIO kiállításon való részvétel



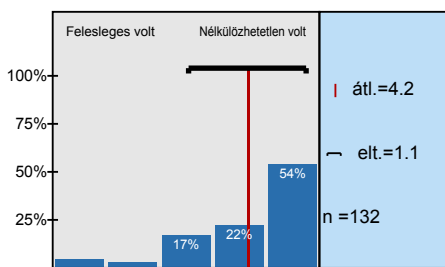
Hírdetések, hirdetések útján történő hírvérés



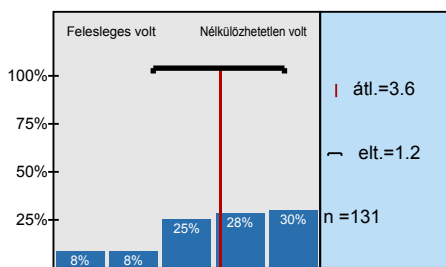
Médián keresztül történő bemutatkozás



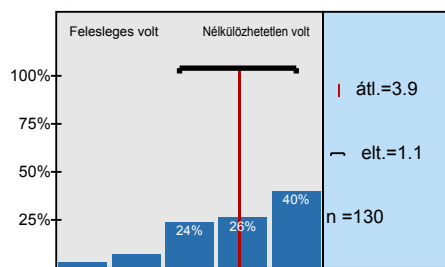
Az egyetem által szervezett nyitott nap



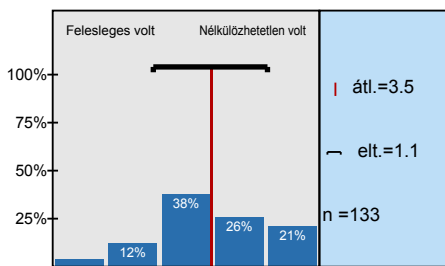
Kapcsolattartását a középiskolákkal



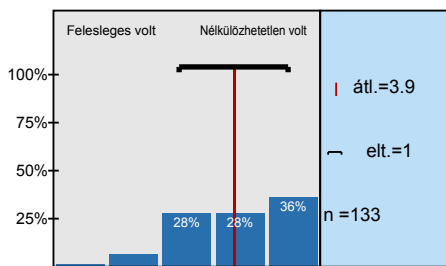
Részvétel tudományos rendezvényeken és eseményeken



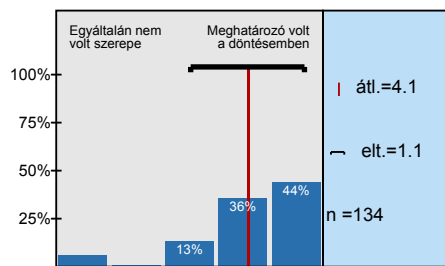
Személyesen vagy telefonon történő felvilágosítás



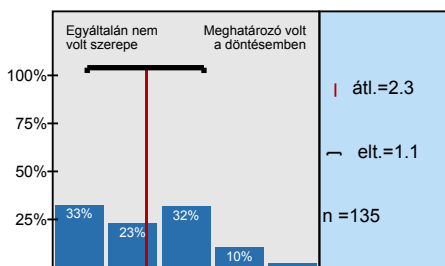
A már az intézményben tanuló/végzett hallgatók sikereinek bemutatása



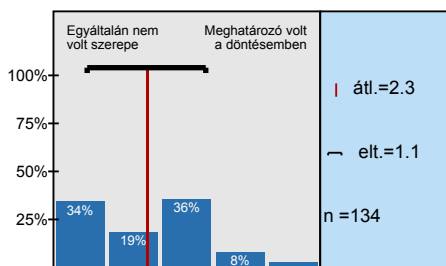
Jó hírű iskola legyen



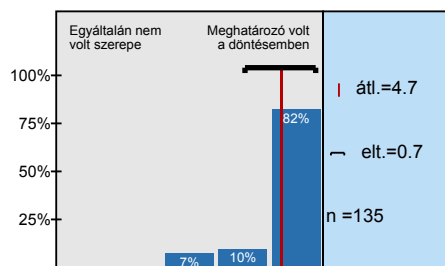
Ismertek legyenek az intézmény oktatói



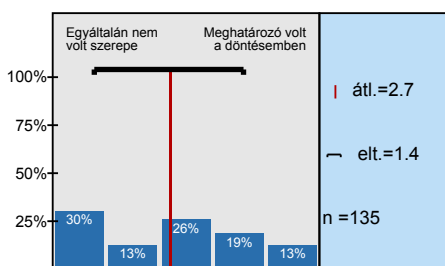
Könnyű legyen bekerülni



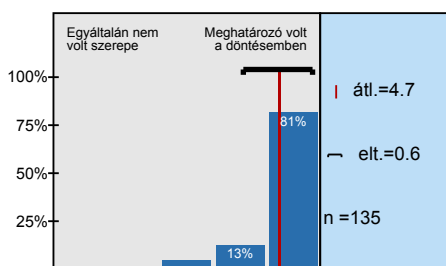
A diploma után jó elhelyezkedési lehetőséget biztosítson



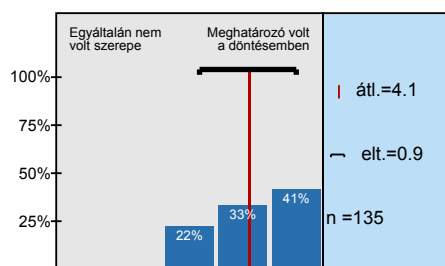
Ne legyen messze a lakóhelyemtől az intézmény



Az érdeklődési körömnél megfelelő dolgot tanulhassak

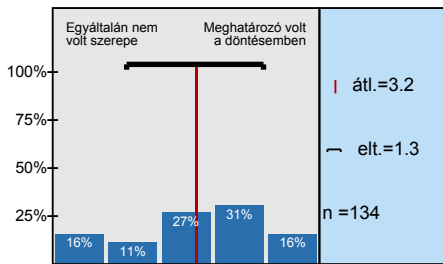


Sok pénzt lehet keresni a megszerzett diplomával

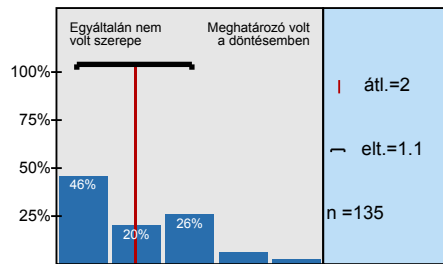




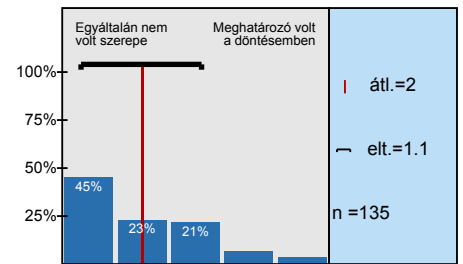
Nagy hagyományú, patinás intézmény legyen



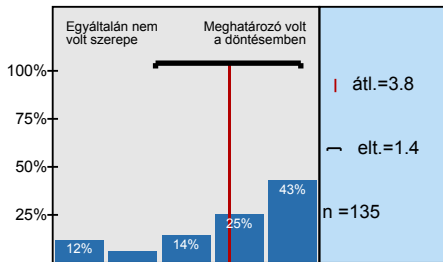
Sok karral rendelkező egyetem legyen



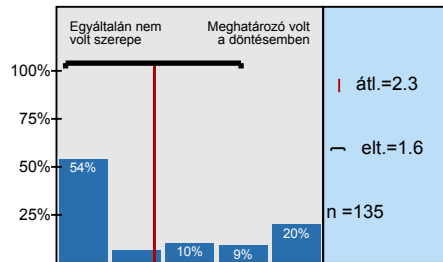
Ne kelljen túl sokat tanulni, könnyű legyen végezni



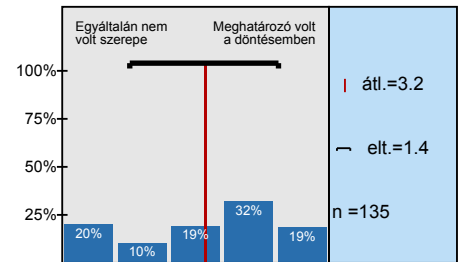
Jó, hogy a fővárosban van az intézmény



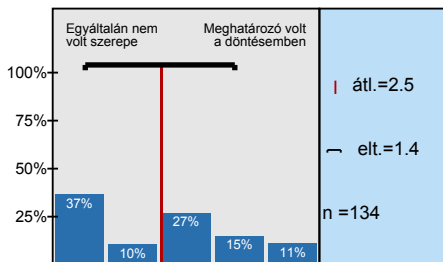
Legyen a kollégiumi helyzet megoldott



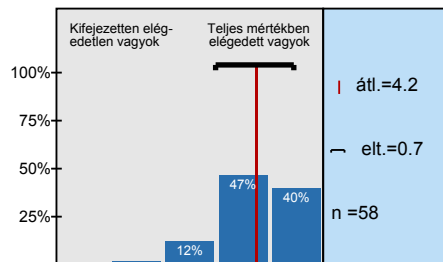
Pezsgő hallgatói élet legyen



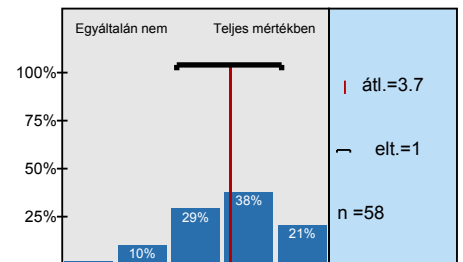
Nyíljék lehetőség diák munkára



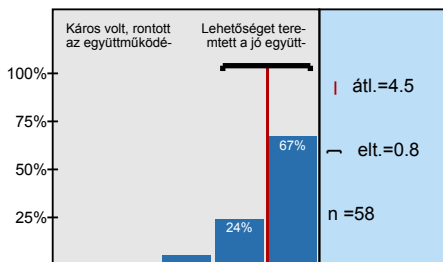
Mennyire elégedett a gólyatáborban az oktatók által adott információk tartalmával (teljes körűségével és



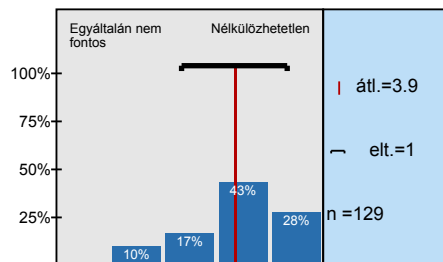
Mennyire tudta használni a gólyatáborban az oktatóktól kapott információkat?



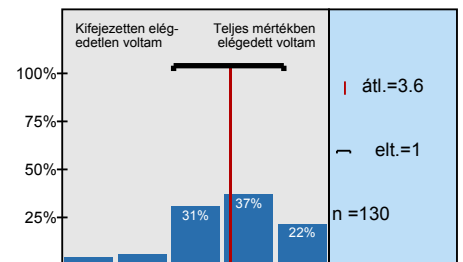
Mennyire találja hasznosnak a gólyatábor a hallgatóitarsaival való későbbi együttműködés



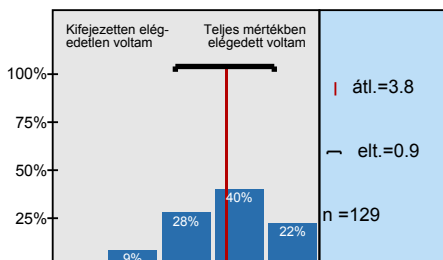
A regisztrációs héten megszerzett információk mélysége/részletessége



Mennyire elégedett a regisztrációs hét szervezésével/beosztásával?



Mennyire elégedett a regisztrációs héten megszerzett információk mélységével/



# Profil

Alegység:	MIR központ
Tanár neve:	Elégedettség
Kurzus neve: (felmérés neve)	0 körös elégedettség BGK

## 2. Marketing munka sikerességét mérő kérdések

2.1) Mennyire tetszenek Önnek az egyetem által alkalmazott <u>marketing eszközök</u> ?	Borzalmasak				Nagyon tetszenek	n=81 átl.=3.6
2.2) Mennyire tetszik Önnek az egyetemi <u>honlap</u> ?	Borzalmas				Nagyon tetszik	n=135 átl.=3.6
2.3) Milyenek ítéli meg a jövődő hallgatókat informáló <u>nyomatott szóróanyagokat</u> ?	Borzalmasak				Nagyon tetszenek	n=93 átl.=3.7
2.4) Milyenek ítéli meg az <u>egyetem</u> által szervezett <u>nyitott napon</u> történő bemutatkozását?	Borzalmas volt				Nagyon tetszett	n=57 átl.=4.3
2.5) Mennyire tetszett az <u>EDUCATIO kiállításon</u> történő bemutatkozás?	Borzalmas volt				Nagyon tetszett	n=33 átl.=4.1
2.6) Mennyire tartja sikeresnek a <u>munkaügyi központok által szervezett tájékoztató rendezvényeket</u> ?	Teljesen sikertelennek éreztem				Nagyon jól hasznosíthatónak találtam	n=26 átl.=3.4
2.7) Milyenek tartja az egyetem <u>hirdetéseken, hirdetmények útján történő hírverésének hatékonyságát</u> ?	Nagyon rossznak				Nagyon jónak	n=102 átl.=3.4
2.8) Milyenek ítéli meg az egyetem bemutatkozását a <u>média eszközein keresztül, pl. riport, bemutatkozás...</u> (szóval nem direkt hirdetés)?	Nagyon rossznak				Nagyon jónak	n=64 átl.=3.6
2.9) Milyenek ítéli meg az egyetem közvetlen <u>kapcsolattartását a középiskolákkal</u> a hírverés szempontjából (személyes látogatások, bemutatók)?	Nagyon rossznak				Nagyon jónak	n=55 átl.=2.7
2.10) Az egyetem által szervezett <u>tudományos rendezvények és események</u> mennyire támogatják az egyetem vonzó hatását?	Egyáltalán nem				Nagyon hasznosak	n=101 átl.=4.3
2.11) Mennyire elégedett a <u>személyesen vagy telefonon történő felvilágosítással</u> ?	Nagyon elégedetlen				Nagyon elégedett	n=89 átl.=3.8
2.12) Milyenek ítéli meg a már az <u>intézményben tanuló hallgatók sikereinek visszhangjának hatását</u> ?	Nincs hatása				Jelentős a hatása	n=111 átl.=3.9

## 3. A marketing elemek fontosságát mérő kérdések

3.1) Honlap	Felesleges volt				Nélkülözhetetlen volt	n=134 átl.=4.2
3.2) Nyomatott szóróanyagok	Felesleges volt				Nélkülözhetetlen volt	n=133 átl.=3.2
3.3) Munkaügyi központok által szervezett tájékoztatók	Felesleges volt				Nélkülözhetetlen volt	n=130 átl.=2.9
3.4) EDUCATIO kiállításon való részvétel	Felesleges volt				Nélkülözhetetlen volt	n=132 átl.=3.6
3.5) Hirdetések, hirdetmények útján történő hírverés	Felesleges volt				Nélkülözhetetlen volt	n=133 átl.=3.2
3.6) Média keresztül történő bemutatkozás	Felesleges volt				Nélkülözhetetlen volt	n=132 átl.=3.5
3.7) Az egyetem által szervezett nyitott nap	Felesleges volt				Nélkülözhetetlen volt	n=132 átl.=4.2
3.8) Kapcsolattartását a középiskolákkal	Felesleges volt				Nélkülözhetetlen volt	n=131 átl.=3.6
3.9) Részvétel tudományos rendezvényeken és eseményeken	Felesleges volt				Nélkülözhetetlen volt	n=130 átl.=3.9
3.10) Személyesen vagy telefonon történő felvilágosítás	Felesleges volt				Nélkülözhetetlen volt	n=133 átl.=3.5
3.11) A már az intézményben tanuló/végzett hallgatók sikereinek bemutatása	Felesleges volt				Nélkülözhetetlen volt	n=133 átl.=3.9

3.12) Jó hírű iskola legyen	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=134 átl.=4.1
3.13) Ismertek legyenek az intézmény oktatói	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=135 átl.=2.3
3.14) Könnyű legyen bekerülni	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=134 átl.=2.3
3.15) A diploma után jó elhelyezkedési lehetőséget biztosítson	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=135 átl.=4.7
3.16) Ne legyen messze a lakóhelyemtől az intézmény	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=135 átl.=2.7
3.17) Az érdeklődési körömnek megfelelő dolgot tanulhassak	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=135 átl.=4.7
3.18) Sok pénzt lehet keresni a megszerzett diplomával	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=135 átl.=4.1
3.19) Nagy hagyományú, patinás intézmény legyen	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=134 átl.=3.2
3.20) Sok karral rendelkező egyetem legyen	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=135 átl.=2
3.21) Ne kelljen túl sokat tanulni, könnyű legyen végezni	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=135 átl.=2
3.22) Jó, hogy a fővárosban van az intézmény	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=135 átl.=3.8
3.23) Legyen a kollégiumi helyzet megoldott	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=135 átl.=2.3
3.24) Pevsgő hallgatói élet legyen	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=135 átl.=3.2
3.25) Nyíljen lehetőség diák munkára	Egyáltalán nem volt szerepe				Meghatározó volt a döntésben	n=134 átl.=2.5

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

4.2) Mennyire elégedett a gólyatáborban az oktatók által adott információk tartalmával (teljes körűségével és részletességével)?	Kifejezetten elégedetlen vagyok				Teljes mértékben elégedett vagyok	n=58 átl.=4.2
4.3) Mennyire tudta használni a gólyatáborban az oktatóktól kapott információkat?	Egyáltalán nem				Teljes mértékben	n=58 átl.=3.7
4.4) Mennyire találja hasznosnak a gólyatáborban a hallgatótársaival való későbbi együttműködés szempontjából?	Káros volt, rontott az együttműködés-				Lehetőséget teremtett a jó együttműködésre	n=58 átl.=4.5
4.5) A regisztrációs héten megszerzett információk mélysége/részletessége	Egyáltalán nem fontos				Nélkülözhetetlen	n=129 átl.=3.9
4.6) Mennyire elégedett a regisztrációs hét szervezésével/beosztásával?	Kifejezetten elégedetlen voltam				Teljes mértékben elégedett voltam	n=130 átl.=3.6
4.7) Mennyire elégedett a regisztrációs héten megszerzett információk mélységével/részletességével?	Kifejezetten elégedetlen voltam				Teljes mértékben elégedett voltam	n=129 átl.=3.8