

Elégedettség

0 körös elégedettség 2015 RKK (0_koros_2015_rkk)
Válaszadók száma = 49



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?

Megye	Arány	n
Budapest	36.7%	49
Baranya megye	4.1%	
Békés megye	2%	
Borsod-Abaúj-Zemplén megye	2%	
Csongrád megye	2%	
Heves megye	2%	
Jász-Nagykun-Szolnok megye	12.2%	
Komárom-Esztergom megye	4.1%	
Nógrád megye	2%	
Pest megye	20.4%	
Szabolcs-Szatmár-Bereg megye	2%	
Vas megye	4.1%	
Zala megye	6.1%	

1.3) Állandó lakhelyének típusa

Lakhelytípus	Arány	n
nagyváros	44.9%	49
kisváros	36.7%	
község	18.4%	
egyéb	0%	

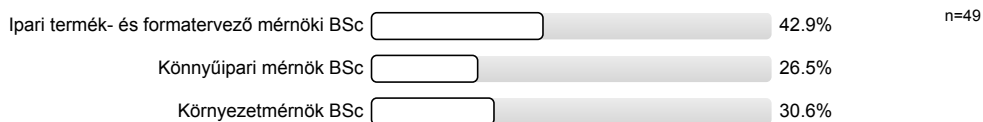
1.4) Kar/Központ neve, ahol tanulmányait megkezdte:

Kar/Központ	Arány	n
Bánki Donát Gépész és Biztonságtechnikai Mérnöki Kar	0%	49
Kandó Kálmán Villamosmérnöki Kar	0%	
Keleti Károly Gazdasági Kar	0%	
Neumann János Informatikai Kar	0%	
Rejtő Sándor Könnyűipari és Környezetmérnöki Kar	100%	
Alba Regia Műszaki Kar	0%	

1.5) Tanulmányait milyen képzési szinten kezdte meg?

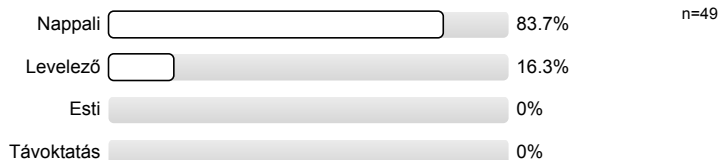
Képzési szint	Arány	n
Alapképzés (BA/BSC)	100%	49
Felsőoktatási szakképzés (FSZ)	0%	

1.6) Mely alapszakon kezdte meg tanulmányait?

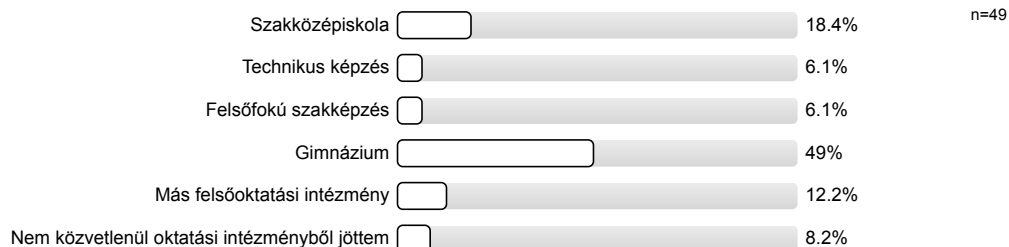


1.7) Mely felsőoktatási szakképzési szakon kezdte meg tanulmányait? Az eredmény a túl kevés válasz miatt nem jeleníthető meg.

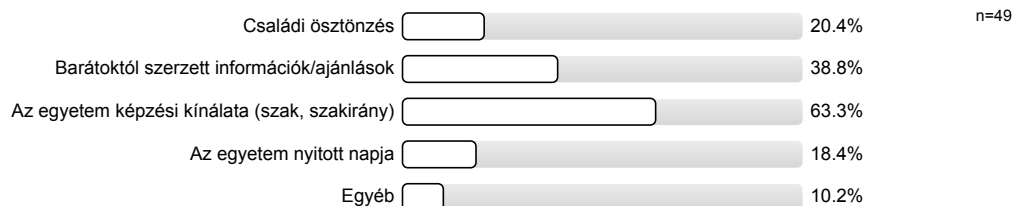
1.8) Mely tagozaton kezdte meg tanulmányait?



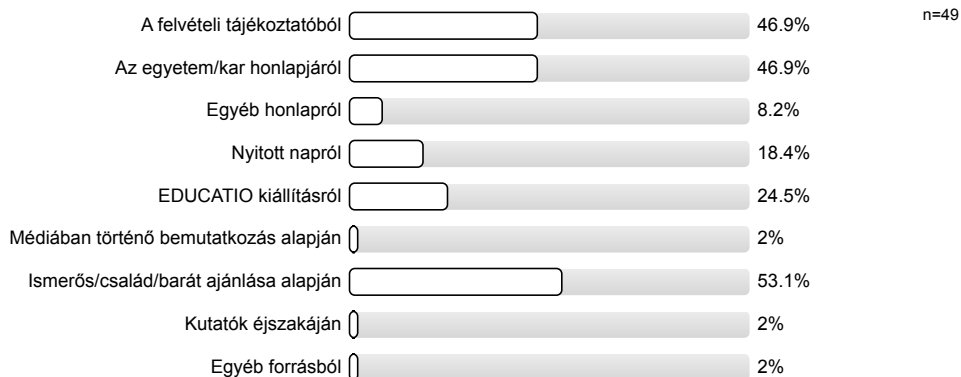
1.9) Hol tanult az egyetemre kerülés előtt?



1.10) Mi motiválta leginkább arra, hogy ide jelentkezzen?

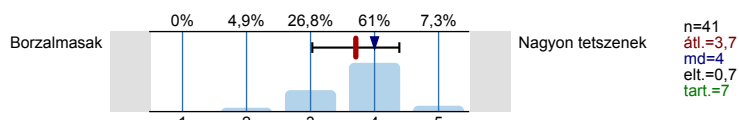


1.12) Hogyan ismerete meg az egyetemet? (Több választ is megjelölhet.)



2. Marketing munka sikerességét mérő kérdések

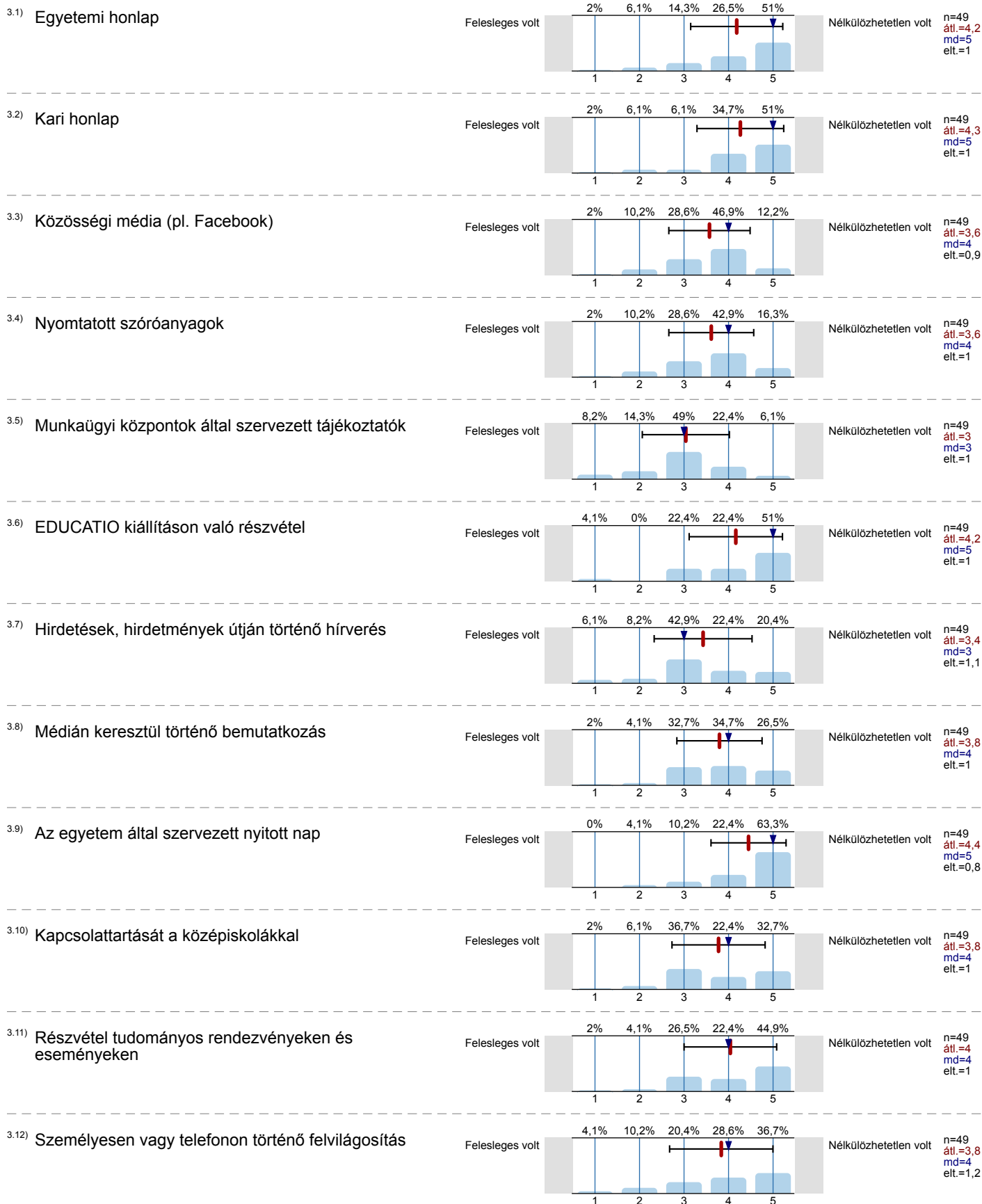
2.1) Mennyire tetszenek Önnek az egyetem által alkalmazott marketing eszközök?



2.2)	Mennyire tetszik Önnek az <u>egyetemi honlap</u> ?	Borzalmas	2,1% 10,4% 25% 50% 12,5%	Nagyon tetszik	n=48 átl.=3,6 md=4 elt.=0,9 tart.=1
2.3)	Mennyire tetszik Önnek a <u>kari honlap</u> ?	Borzalmas	2,1% 16,7% 31,3% 31,3% 18,8%	Nagyon tetszik	n=48 átl.=3,5 md=3,5 elt.=1,1 tart.=1
2.4)	Milyenek tartja Önnek az egyetem jelenlétét a <u>közösségi médiában</u> (pl. Facebook)?	Borzalmas	0% 10,9% 21,7% 39,1% 28,3%	Nagyon tetszik	n=46 átl.=3,8 md=4 elt.=1 tart.=3
2.5)	Milyenek ítéli meg a jövődő hallgatókat informáló <u>nyomtatott szóróanyagokat</u> ?	Borzalmasak	0% 11,4% 28,6% 37,1% 22,9%	Nagyon tetszenek	n=35 átl.=3,7 md=4 elt.=1 tart.=14
2.6)	Milyenek ítéli meg az <u>egyetem</u> által szervezett <u>nyitott napon</u> történő bemutatkozását?	Borzalmas volt	0% 0% 20% 48% 32%	Nagyon tetszett	n=25 átl.=4,1 md=4 elt.=0,7 tart.=24
2.7)	Mennyire tetszett az <u>EDUCATIO kiállításon</u> történő bemutatkozás?	Borzalmas volt	0% 0% 10% 45% 45%	Nagyon tetszett	n=20 átl.=4,4 md=4 elt.=0,7 tart.=29
2.8)	Mennyire tartja sikeresnek a <u>munkaügyi központok által szervezett tájékoztató rendezvényeket</u> ?	Teljesen sikertelennek éreztem	0% 0% 26,7% 53,3% 20%	Nagyon jól hasznosíthatónak találtam	n=15 átl.=3,9 md=4 elt.=0,7 tart.=33
2.9)	Milyenek tartja az egyetem <u>hirdetéseken, hirdetmények útján történő hírverésének hatékonyságát</u> ?	Nagyon rossznak	0% 19,4% 22,6% 41,9% 16,1%	Nagyon jónak	n=31 átl.=3,5 md=4 elt.=1 tart.=18
2.10)	Milyenek ítéli meg az egyetem bemutatkozását a <u>média eszközein keresztül, pl. riport, bemutatkozás,...</u> (szóval nem direkt hirdetés)?	Nagyon rossznak	0% 0% 9,5% 66,7% 23,8%	Nagyon jónak	n=21 átl.=4,1 md=4 elt.=0,6 tart.=27
2.11)	Milyenek ítéli meg az egyetem közvetlen <u>kapcsolattartását a középiskolákkal a hírérés szempontjából</u> (személyes látogatások, bemutatók)?	Nagyon rossznak	0% 44,4% 33,3% 16,7% 5,6%	Nagyon jónak	n=18 átl.=2,8 md=3 elt.=0,9 tart.=30
2.12)	Az egyetem által szervezett <u>tudományos rendezvények és események</u> mennyire támogatják az egyetem vonzó hatását?	Egyáltalán nem	0% 2,4% 7,1% 35,7% 54,8%	Nagyon hasznosnak	n=42 átl.=4,4 md=5 elt.=0,7 tart.=7
2.13)	Mennyire elégedett a <u>személyesen vagy telefonon történő felvilágosítással</u> ?	Nagyon elégedetlen	0% 2,3% 15,9% 34,1% 47,7%	Nagyon elégedett	n=44 átl.=4,3 md=4 elt.=0,8 tart.=5
2.14)	Milyenek ítéli meg a már az <u>intézményben tanuló hallgatók sikereinek visszhangjának hatását</u> ?	Nincs hatása	0% 7,9% 23,7% 31,6% 36,8%	Jelentős a hatása	n=38 átl.=4 md=4 elt.=1 tart.=11

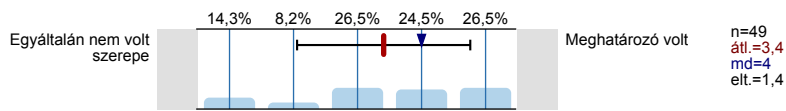
3. A marketing elemek fontosságát mérő kérdések

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

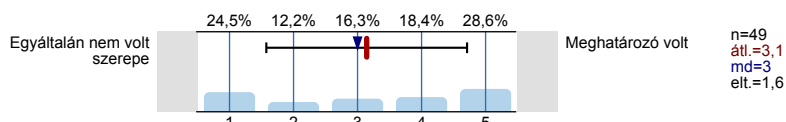


3.13)	A már az intézményben tanuló/végzett hallgatók sikereinek bemutatása	Felesleges volt	4,1% 0% 24,5% 44,9% 26,5%	Néikülözhetetlen volt	n=49 átl.=3,9 md=4 elt.=0,9
A felsorolt tényezők mennyire játszottak szerepet döntésében, amikor felsőoktatási intézményt választott?					
3.14)	Jó hírű iskola legyen	Egyáltalán nem volt szerepe	14,3% 6,1% 14,3% 32,7% 32,7%	Meghatározó volt	n=49 átl.=3,6 md=4 elt.=1,4
3.15)	Ismertek legyenek az intézmény oktatói	Egyáltalán nem volt szerepe	40,8% 18,4% 26,5% 10,2% 4,1%	Meghatározó volt	n=49 átl.=2,2 md=2 elt.=1,2
3.16)	Könnyű legyen bekerülni	Egyáltalán nem volt szerepe	40,8% 22,4% 18,4% 10,2% 8,2%	Meghatározó volt	n=49 átl.=2,2 md=2 elt.=1,3
3.17)	A diploma után jó elhelyezkedési lehetőséget biztosítson	Egyáltalán nem volt szerepe	4,1% 0% 6,1% 24,5% 65,3%	Meghatározó volt	n=49 átl.=4,5 md=5 elt.=0,9
3.18)	Ne legyen messze a lakóhelyemtől az intézmény	Egyáltalán nem volt szerepe	46,9% 10,2% 14,3% 18,4% 10,2%	Meghatározó volt	n=49 átl.=2,3 md=2 elt.=1,5
3.19)	Az érdeklődési körömnek megfelelő dolgot tanulhassak	Egyáltalán nem volt szerepe	2% 0% 2% 12,2% 83,7%	Meghatározó volt	n=49 átl.=4,8 md=5 elt.=0,7
3.20)	Sok pénzt lehet keresni a megszerzett diplomával	Egyáltalán nem volt szerepe	6,1% 4,1% 22,4% 34,7% 32,7%	Meghatározó volt	n=49 átl.=3,8 md=4 elt.=1,1
3.21)	Nagy hagyományú, patinás intézmény legyen	Egyáltalán nem volt szerepe	26,5% 22,4% 32,7% 14,3% 4,1%	Meghatározó volt	n=49 átl.=2,5 md=3 elt.=1,2
3.22)	Sok karral rendelkező egyetem legyen	Egyáltalán nem volt szerepe	56,3% 18,8% 18,8% 4,2% 2,1%	Meghatározó volt	n=48 átl.=1,8 md=1 elt.=1
3.23)	Ne kelljen túl sokat tanulni, könnyű legyen végezni	Egyáltalán nem volt szerepe	34,7% 30,6% 22,4% 6,1% 6,1%	Meghatározó volt	n=49 átl.=2,2 md=2 elt.=1,2
3.24)	Jó, hogy a fővárosban van az intézmény	Egyáltalán nem volt szerepe	6,1% 2% 16,3% 22,4% 53,1%	Meghatározó volt	n=49 átl.=4,1 md=5 elt.=1,2
3.25)	Legyen a kollégiumi helyzet megoldott	Egyáltalán nem volt szerepe	59,2% 2% 12,2% 6,1% 20,4%	Meghatározó volt	n=49 átl.=2,3 md=1 elt.=1,7

3.26) Pezsgő hallgatói élet legyen



3.27) Nyíljék lehetőség diákmunkára

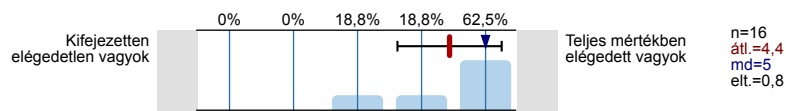


4. Gólyatáborral, regisztrációs héttel kapcsolatos kérdések

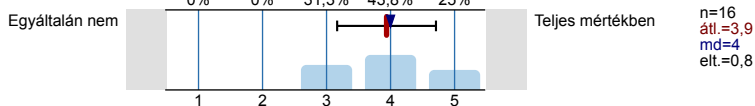
4.1) Részt vett az egyetem Hallgatói Önkormányzata által szervezett gólyatáborban?



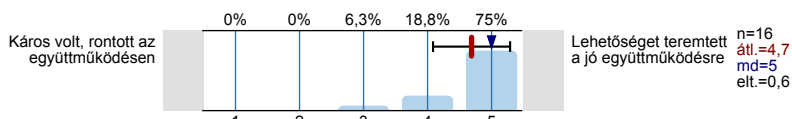
4.2) Mennyire elégedett a gólyatáborban az oktatók által adott információk tartalmával (teljes körűségével és részletességével)?



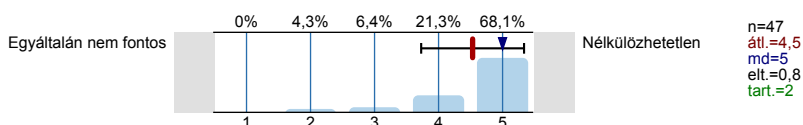
4.3) Mennyire tudta használni a gólyatáborban az oktatóktól kapott információkat?



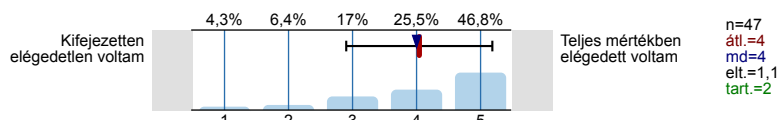
4.4) Mennyire találja hasznosnak a gólyatábor a hallgatótársaival való későbbi együttműködés szempontjából?



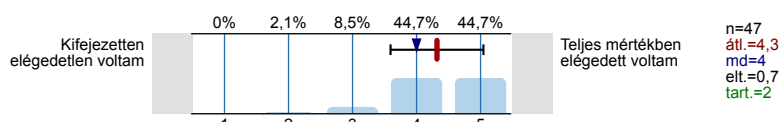
4.5) A regisztrációs héten megszerzett információk mélysége/részletessége



4.6) Mennyire elégedett a regisztrációs hét szervezésével/beosztásával?

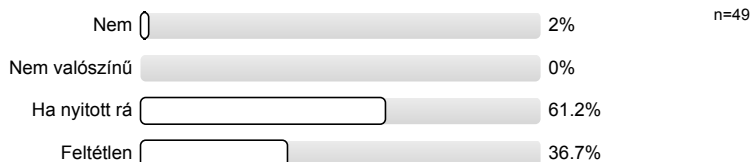


4.7) Mennyire elégedett a regisztrációs héten megszerzett információk mélységével/részletességével?



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!

Az Egyetem vezetése