

## Beszámoló a Kar kommunikációjáról a Kari Tanács 2021. december 2-i ülésén

Tisztelt Kari Tanács!

A következőkben a TÓK elmúlt három évének kommunikációs folyamatait/sarokpontjait foglalom össze.

Az egyetemeken az oktatáshoz kapcsolódó kommunikációs tevékenység **komplex feladat és viszonylag új terület**: az egyetemi életnek saját ritmusa, menete van, a kommunikációnak pedig szorosan ehhez kell kötődnie. Bár nem vagyunk nagy Kar, de nehéz koordinálni az intézmény kommunikációs feladatait, hiszen **sokszínűek** vagyunk, 10 tanszékünk van, amelyek önállóan is kommunikálják felhívásaikat, programjaikat és eredményeiket, de vannak olyan események, melyeket központi kommunikáció részeként kell kezelni.

Mindig is nagy hangsúlyt fektettünk és fektetünk a mai napig magára a nagy múltú intézményre, tehát az **intézményi PR**-re koncentrálnak, valamint a **tudásszolgáltatásokra** (alapszakokra, tanárképzésre, most már az MA szakunkra is, konkrét programokra, szakmai konferenciákra). Vannak alapképzési programjaink, amelyeket a képzési piacokon kell valamilyen szinten versenyeztetni és értékesíteni, hiszen itt alapvetően a többi hasonló képzést nyújtó intézménnyel versengünk a hallgatókért és a forrásokért. Nem felejtkezhetünk meg a **tudománykommunikációról** vagy tudománymarketingről sem, eredményeinket, magát a tudást is a lehető legszélesebb körben, ugyanakkor differenciáltan kell eljuttatnunk a társadalom egyes szereplőihöz.

Mindezekhez a TÓK-nak **szüksős** anyagi **források** és személyi feltételek álltak rendelkezésre.

Az ELTE Tanító- és Óvóképző Kar kommunikációs stratégiája tulajdonképpen az **elmúlt három évben** kapott igazi hangsúlyt, egyrészt a 150 éves évforduló okán, másrészt amiatt, hogy az országos tendenciával párhuzamosan felvételi számaink minden szakunkon erősen csökkentek. A Kar kommunikációjának erre kellett reflektálnia.

TÓK kommunikációs stratégiája 2018-tól

**150 éves évforduló volt az első sarokpont a TÓK kommunikációjában**: a jubileumi évvel kapcsolatban Operatív Bizottság jött létre, amely szervezte és koordinálta a tennivalókat, a honlapon külön oldalt szenteltünk az évfordulónak, ünnepi kötetekkel, programokkal (pld. 150 év/150 km sportprogram, ünnepi tanévnnyitóval a Budapest Kongresszusi Központban), MTA konferenciával tettük emlékezetessé az eseményt. Az évfordulóval kapcsolatban még rendelkezésre álltak anyagi források, amelyek segítségével méltón tudtunk ünnepelni: molinókat, roll-up-okat, prospektusokat, egyedi szóróajándékokat készítettünk.

### **Második sarokpont a csökkenő felvételi számok:**

Az ELTE Tanító- és Óvóképző Kar egy nagy múltú, jelentős hagyományokkal rendelkező, mindig megújuló intézmény, de ennek ellenére csökkentek felvételi számaink. A pedagógusképzésekre általánosan 10-20 százalékkal kevesebb diák jelentkezett 2019-től. Idén a tavalyi létszámot tartani tudtuk, a kilátások még sem kedvezőek a jövőre nézve.

Ezzel kapcsolatban az egyik **fő kommunikációs feladatunk** tehát a beiskoláztatási kampány (**rekrutáció**), amely során elsősorban a középiskolás diákokkal kell megismertetnünk szakjainkat, a hallgatói élet számos vonzó aspektusát.

## Hangsúlyok a rekrutációs kampányban: ELTE

Egyetemi felmérés szerint a bent lévő és a leendő hallgatók ELTE-képe hagyomány- és tekintélytisztelő. Az ELTE nemcsak jól csengő márkanév, a legszínvonalasabb oktatási intézmény az országban, hanem presztízs és garancia. Az ELTE-s diploma minden szakma esetében versenyelőnyt jelent, meghatározó a kari identitás, kiváló szakembergárda, az oktatás színvonala, a családi légkör.

### Budapest

Az előnyünk azonban egy kicsit a hátrányunkká vált: elkényelmesedtünk, a hagyományos csatornák a beiskolázásnál nagyon jól, majdhogyan nem automatikusan működnek. A nagyobb méretű intézmények klasszikus hagyományokkal, klasszikus működési mechanizmussal, klasszikus értékrenddel bírnak, miközben a kis intézmény már méreténél fogva is sokkal rugalmasabb, könnyebben alkalmazkodik a változásokhoz. Jobb a kommunikációja, és célratörőbb, praktikusabb dolgok érvényesülnek.

### A rekrutáció célcsoportja: a leendő hallgatók (és szüleik!)

Egy középiskolás diák (szüleik) eléréséhez elsősorban az internetes megoldásokat (honlap, közösségi oldalak) használjuk, de a személyes jelenléttel megszervezett programokkal és rendezvényekkel is meg tudjuk őket szólítani. Oktatóink és hallgatóink szinte minden héten elmennek budapesti és vidéki középiskolai nyílt napokra, hogy megismertessék a diákokkal szakjainkat, vonzóvá tegyék a TÓK-ot.

### ELTEfeszt, TÓK Nyílt Napok, Educatio szakkiallítás

2020. január 17-i Nyílt Napi rendezvényünket még meg tudtuk tartani személyes jelenléttel, a következő tanévben a járványhelyzet miatt már csak az online térben tudtuk a középiskolásokat megszólítani, ekkor lett igazán kiemelt fontosságú, de nem csak a leendő, hanem a bent lévő hallgatóink és alumnusaink számára, a honlap és a napi jelenlét a közösségi oldalakon, programok közvetítése a YouTube-on.

Ha a középiskolások még nem tudják, mit válasszanak, ezeken a programokon lehet őket orientálni. Később lehet ugyan, hogy nem jelentkeznek hozzánk, de akkor már regisztráltuk őket, s hátha a későbbiekben továbbképzéseink vagy mesterszakunk iránt érdeklődnek.

Amikor bekerülnek a hallgatók a TÓK-ra folytatódik a kommunikációs folyamat: a leendő hallgatókon kívül tehát fókuszálnunk kell a **bent lévő hallgatókra** is. Célunk elsősorban: a **lemorzsolódás** megakadályozása.

**Belső kommunikációs eszközökkel tudjuk a kapcsolatot tartani velük**, a hallgatói információs rendszerrel (honlap, Neptun, Teams), hallgatói tanácsadással, tehetséggondozással, hallgatói közösségi élet támogatásával: programokkal, kari rendezvényekkel (pld. Gólyatábor, Vissza az egyetemre – SchoolTúra, Kari Napok stb.), az igen népszerű közösségi oldalakkal, hallgatói zárt csoportokkal.

Kiemelném még a nyomtatott megjelenést is a Karon belül, faliújságokkal, a HÖK központi információs felületével, tanszékek saját tablóiival, folyosói megjelenésekkel tudjuk a hallgatók figyelmét felkelteni és informálni őket.

Ha végeztek hallgatóink, akkor sem engedjük el a kezüket, mer lehetőségük van csatlakozni a **TÓK Alumni Tagozat**ához, melynek célja, hogy friss diplomásaink kötődjenek a Karhoz, régebben végzett hallgatóinkat visszacsatoljuk és a TÓK Baráti Körét támogatassuk.

Végezetül, de nem utolsó sorban a belső kommunikáció célcsoportjai az **oktatók és oktatást/kutatást segítő munkatársak** is: őket elsősorban e-mailben (listbox) érjük el, de fontos a havonta megjelenő

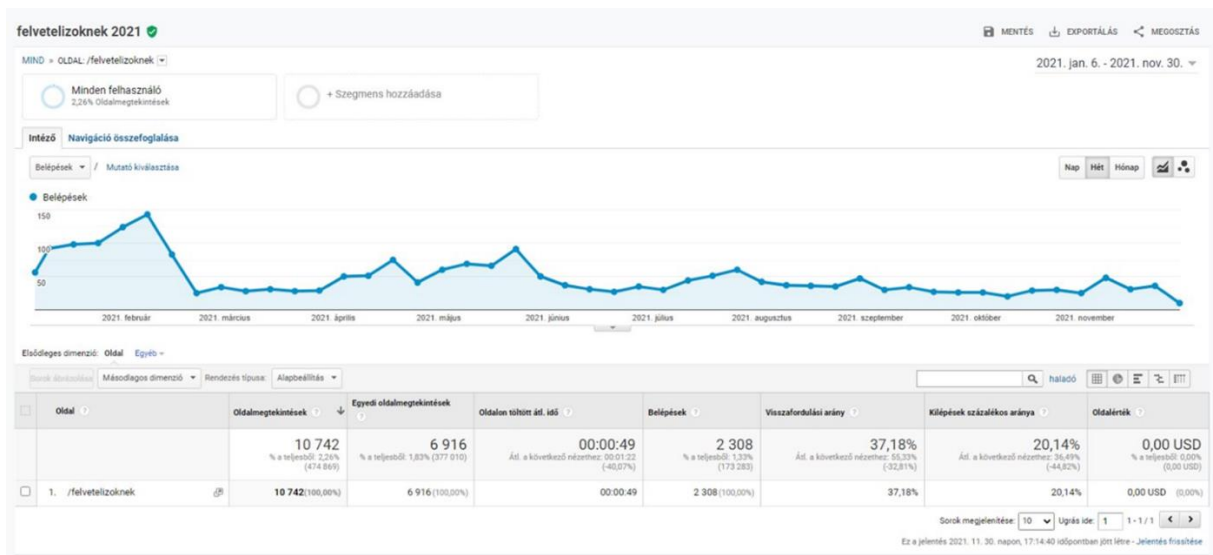
belső tájékoztatónk, honlap, közösségi oldalak, de megemlíthetem a minden évben szeptemberben megtartott oktatói/dolgozó értekezletet és a Dékáni Szakmai Napokat is.

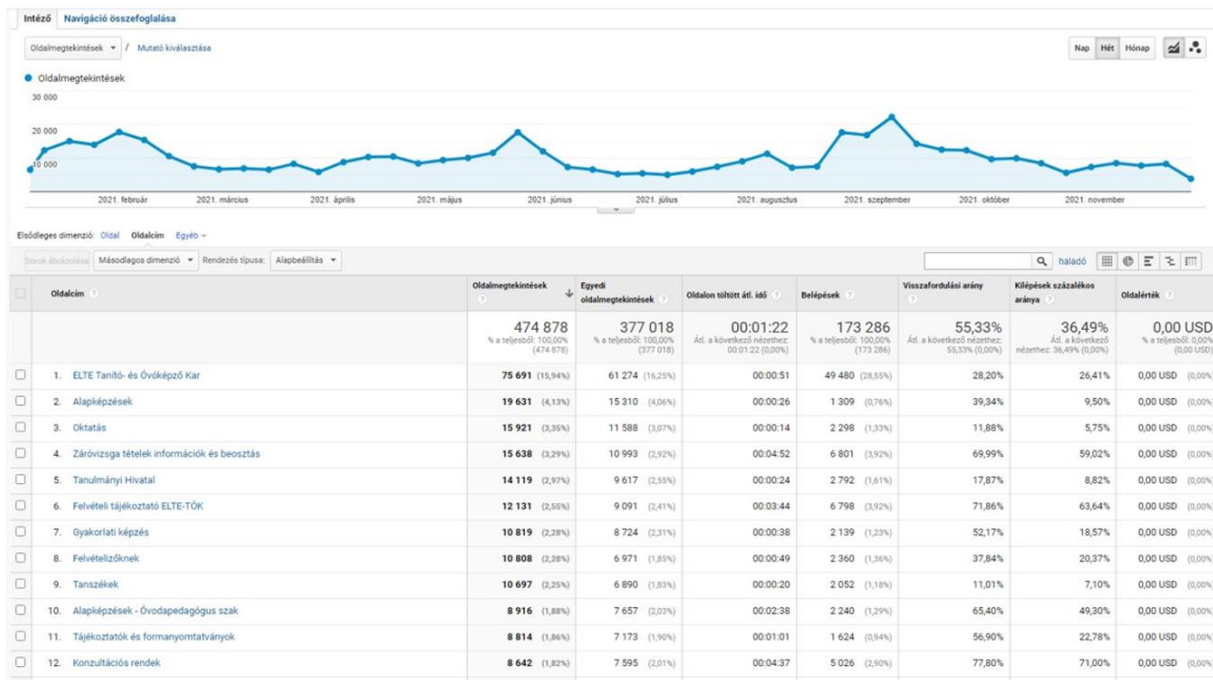
**A 2020-ban megalakult Kari Kommunikációs Bizottság feladatai közé tartozik pld.:**

[tok.elte.hu](http://tok.elte.hu) oldalhoz kapcsolódó folyamatos tartalomszolgáltatás

Napi rutinná vált, hogy monitorozzuk az ELTE központi honlapját és közösségi oldalait, sokszor onnan értesülünk a kart érintő hírekről. Törekszünk arra, hogy szinte minden nap frissítsük, aktualizáljuk a Hírek menüpontot, valamint, hogy az Eseményekhez is minél több programot feltöltsünk. TÓK a médiában részhez az oktatók küldik média megjelenésüket, de már az ELTE központi honlapjáról is jelentettünk meg médiamegjelenést a kari honlapon. Gyorselérés oldal létrehozása a hallgatók kérésre történt, létrehoztunk egy jól áttekinthető Felvételizőknek és Felvettek oldalakat, minden számukra fontos információval, de megújult például az óvodapedagógus hallgatók gyakorlati képzésével foglalkozó oldali is, sokkal áttekinthetőbb, informatívabb lett.

Jelentések a Google Analytics (weboldal analitica) segítségével a honlapunkra vonatkozóan:





Minden webhelyadat

Ország	Ügyfélszerzés		Viselkedés				Konverziók
	Felhasználók	Új felhasználók	Munkamenetek	Visszafordulási arány	Oldal / munkamenet	Munkamenet átlagos hossza	Célkonverzió arány
	69 270 % a teljesből: 100,00% (69 270)	66 423 % a teljesből: 100,05% (66 392)	175 087 % a teljesből: 100,00% (175 087)	55,18% Átl. a következő nézethez: 55,18% (0,00%)	2,75 Átl. a következő nézethez: 2,75 (0,00%)	00:02:23 Átl. a következő nézethez: 00:02:23 (0,00%)	0,00% Átl. a következő nézethez: 0,00% (0,00%)
1. Hungary	61 746 (88,01%)	58 379 (87,89%)	162 491 (92,81%)	54,05%	2,81	00:02:27	0,00%
2. United States	1 114 (1,59%)	1 103 (1,66%)	1 281 (0,73%)	89,07%	1,25	00:00:26	0,00%
3. Germany	763 (1,09%)	723 (1,09%)	1 210 (0,69%)	63,14%	2,28	00:02:10	0,00%
4. Romania	586 (0,84%)	563 (0,85%)	787 (0,45%)	69,76%	2,04	00:01:24	0,00%
5. Slovakia	411 (0,59%)	391 (0,59%)	737 (0,42%)	68,11%	2,33	00:01:46	0,00%
6. Austria	397 (0,57%)	359 (0,54%)	565 (0,32%)	59,65%	2,52	00:03:08	0,00%
7. United Kingdom	364 (0,52%)	353 (0,53%)	485 (0,28%)	65,15%	2,20	00:01:35	0,00%
8. Spain	320 (0,46%)	300 (0,45%)	677 (0,39%)	61,45%	2,34	00:02:06	0,00%
9. China	231 (0,33%)	227 (0,34%)	382 (0,22%)	87,70%	1,30	00:00:32	0,00%
10. Italy	213 (0,30%)	194 (0,29%)	331 (0,19%)	64,95%	2,31	00:02:15	0,00%
11. Netherlands	206 (0,29%)	185 (0,28%)	335 (0,19%)	68,36%	1,87	00:02:03	0,00%
12. Turkey	184 (0,26%)	175 (0,26%)	383 (0,22%)	67,10%	2,06	00:02:31	0,00%

## Közösségimédia-felületeinek kezelése

### Facebook

A TÓK Facebook oldalát 2018. július 3-án hoztuk létre. Az oldal kezelését 2019 közepén vettem át a HÖK-től, első posztom abban az évben július 1-én volt. Jelenlegi állás szerint a TÓK fb oldala

2092 embernek tetszik

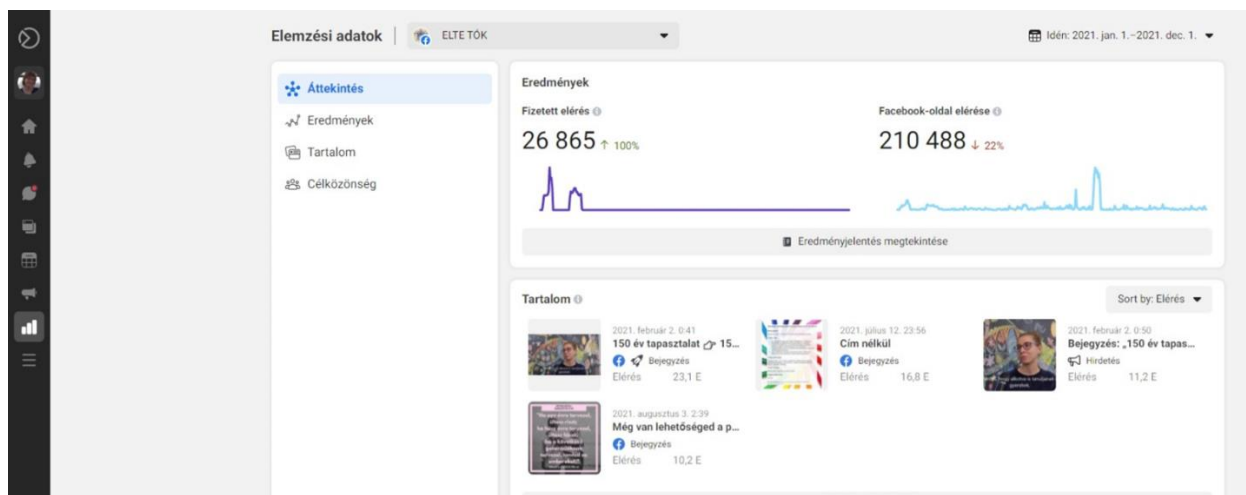
2204 ember követi.

<http://www.tok.elte.hu/>

Akkor abból a koncepcióból indultam ki, hogy a közösségi oldalon egy kicsit lazább, "lezserebb", esetenként humorosabb híreket, szövegeket és képeket osztok meg, amit a követők szívesebben

lájkolnak. Ezen az elképzelésen nem változtattam, úgy gondolom, hogy így jól működik az oldal, folyamatosan növekszik a követők és lájkolók száma.

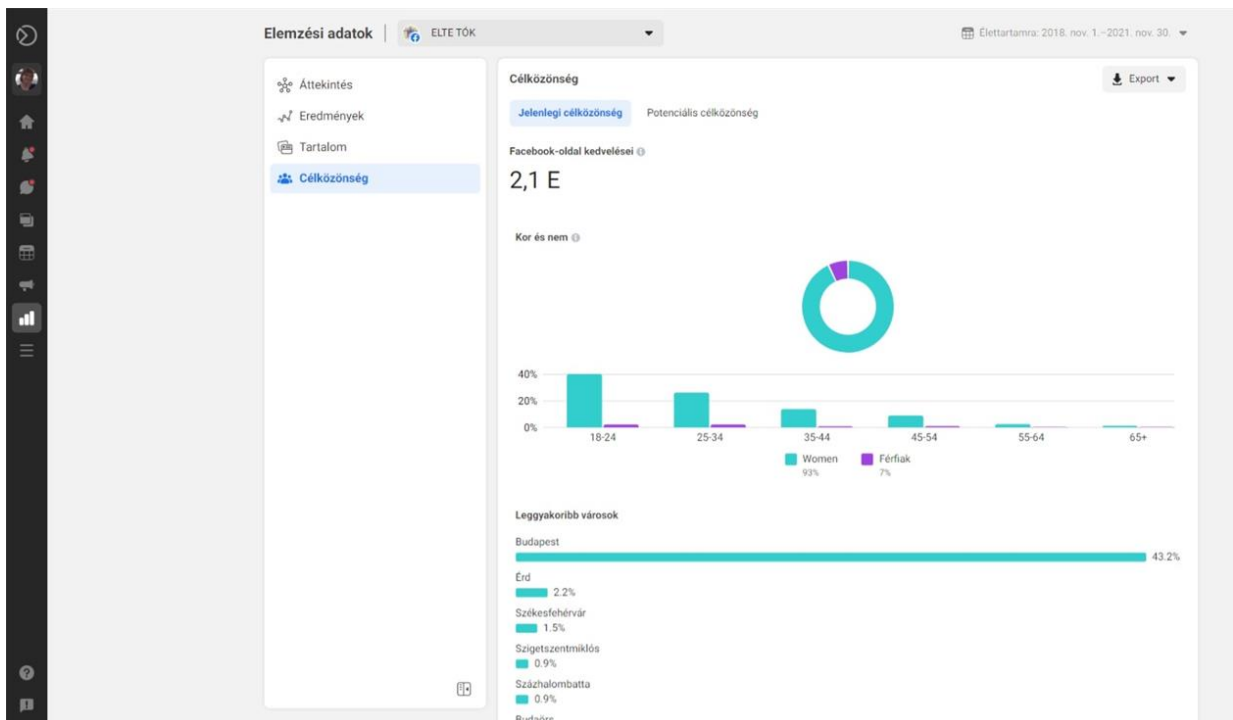
A Facebook-kal kapcsolatban visszatérnék arra, hogy ahogy 2020 áprilisban, majd egy évvel később 2021 tavaszán visszaigazolódott a felvételi számokból, hogy kevesebb hallgató jelentkezett hozzánk, illetve, hogy többen a második és harmadik helyen jelölték meg a Kart, világossá vált, országos kampány indítása lesz szükséges, hogy azok, akik a 2. illetve 3. helyen jelölték meg a TÓK-ot, a Karra adják be első helyen végleges jelentkezésüket. Ebben kaptunk segítséget az ELTE Kommunikációs, Marketing és Rekrutációs Igazgatóságától, akik fizetett Facebook hirdetéssel (Tedd az ELTE TÓ-ot az első helyre, Válasz a TÓK-ot) mozdították előre kampányunkat, augusztusban segítették pótfelvételi eljárásunkat, majd a szakirányú továbbképzéseink jelentkezési számait erősítették, ezzel szépítve felvételi számainkat, statisztikánkat.



**Tartalom**

Legjobb eredményeket elérő tartalmak: Elérés

Recent content	Típus	Elérés	Kedvelés és reakciók	Comment	Shares	Eredmények	Eredmény	Hivatkozás
Kulman Kat... 2021. novemb...	Bejeg	5,5 E	422	127	10	--	--	505
150 év tapa... 2021. február ...	Bejeg	23,1 E	324	4	45	--	--	1,7 E
Pillanatkép... 2021. július 6...	Bejeg	4,1 E	305	18	10	--	--	1,4 E
Az OTDK Ta... 2021. július 1...	Bejeg	2,7 E	304	196	4	--	--	403
Nemzeti Ün... 2021. március...	Bejeg	3,7 E	295	151	10	--	--	530



## [Instagram](#)

2019 december végén indítottam a TÓK hivatalos Instagram oldalát.

Legkedveltebb poszt:



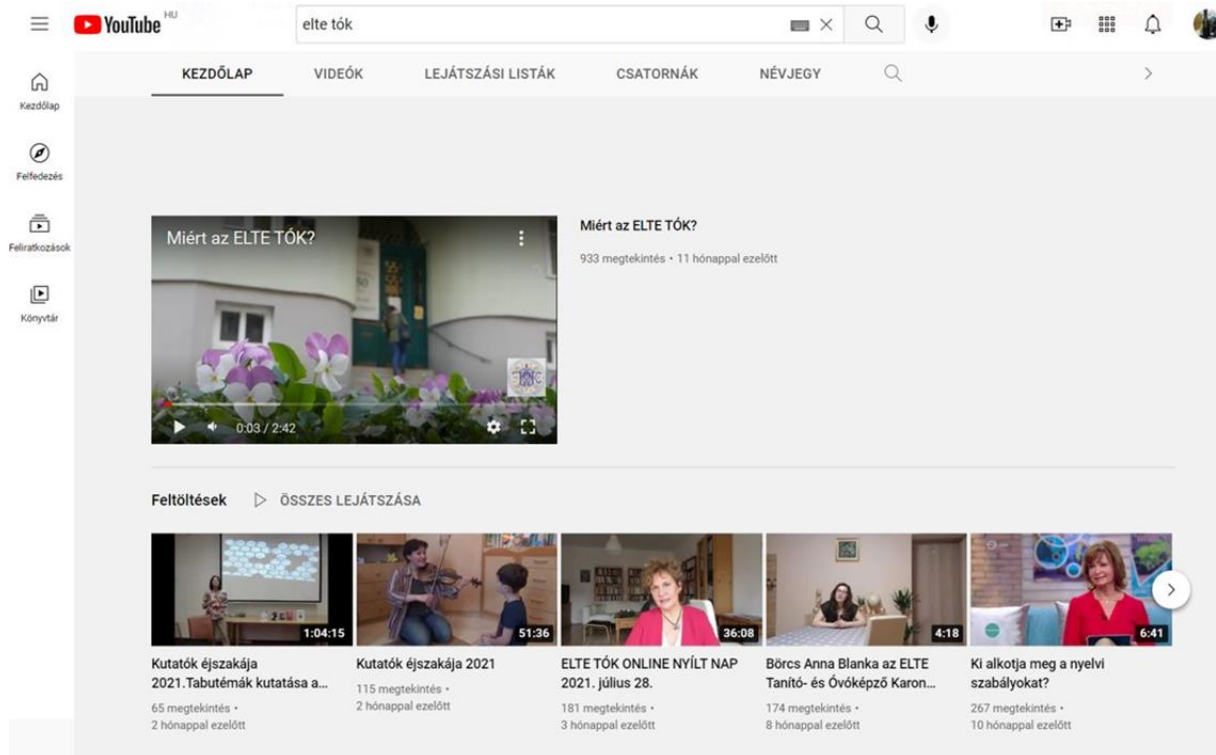


## [YouTube](#)

102 feliratkozóval rendelkezünk, a legtöbbet megtekintett videó: alkalmassági vizsgák, 2070 megtekintéssel, utána 1344 megtekintéssel Why choose Kindergarten Education Programme BA at ELTE?

Sok, hallgatók által készített rövid kis campust, könyvtárat vagy képzést bemutató videó készült, ezekre is szívesen kattintanak.

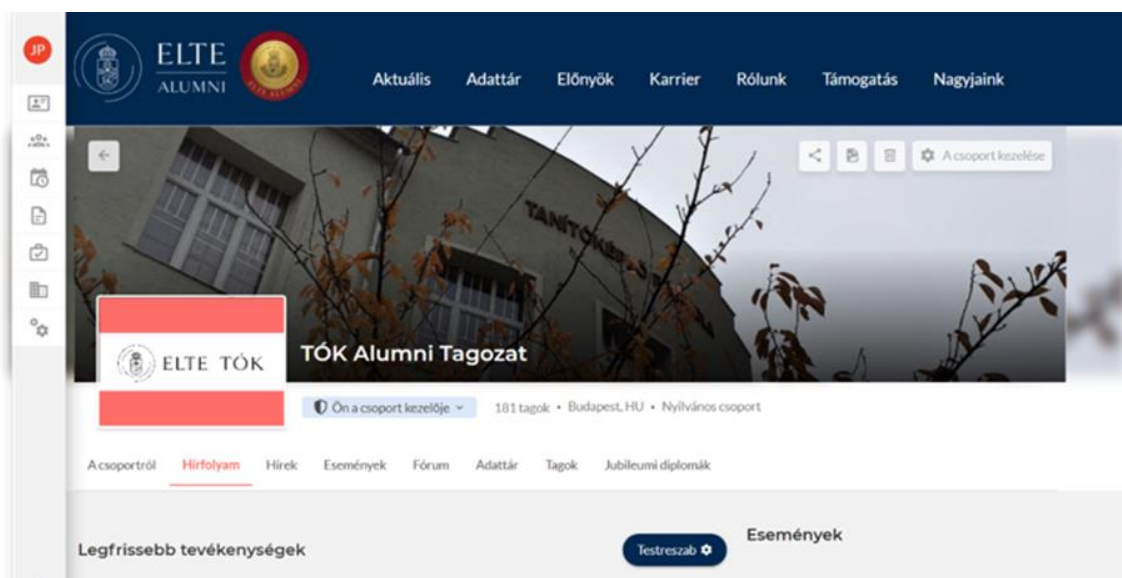
Itt kell meg említenem, hogy nagyon sok tanszék és a Könyvtár is igen aktív a honlapon és a közösségi oldalakon, tevékenyen segítik a kari kommunikációs tevékenységet.



The screenshot shows the YouTube channel page for 'elte tók'. The search bar at the top contains 'elte tók'. The main video player displays a video titled 'Miért az ELTE TÓK?' with a duration of 2:42. Below the main video, there is a section for 'Feltöltések' (Uploads) with a sub-section 'ÖSSZES LEJÁTSZÁSA' (All Videos). Five video thumbnails are visible, each with its title, duration, and view count:

- Kutatók éjszakája 2021. Tabutémák kutatása a...** (1:04:15, 65 megtekintés - 2 hónappal ezelőtt)
- Kutatók éjszakája 2021** (51:36, 115 megtekintés - 2 hónappal ezelőtt)
- ELTE TÓK ONLINE NYÍLT NAP 2021. július 28.** (36:08, 181 megtekintés - 3 hónappal ezelőtt)
- Börcs Anna Blanka az ELTE Tanító- és Óvóképző Karon...** (4:18, 174 megtekintés - 8 hónappal ezelőtt)
- Ki alkotja meg a nyelvi szabályokat?** (6:41, 267 megtekintés - 10 hónappal ezelőtt)

[TÓK Alumni Tagozat](#) felülete – 181 tagunk van, ezt mindenképpen szeretnénk bővíteni



The screenshot shows the website interface for the ELTE Alumni group. The top navigation bar includes links for 'Aktuális', 'Adattár', 'Előnyök', 'Karrier', 'Rólunk', 'Támogatás', and 'Nagyjaink'. The main content area features a large banner image of a building with the text 'TÓK Alumni Tagozat' overlaid. Below the banner, there is a section for 'A csoportról' with a 'Hírfolyam' (News Feed) tab selected. The news feed includes sections for 'Hírek', 'Események', 'Fórum', 'Adattár', 'Tagok', and 'Jubileumi diplomák'. At the bottom, there is a 'Legfrissebb tevékenységek' (Latest Activities) section with a 'Testreszab' (Customize) button and an 'Események' (Events) section.

További bizottsági feladatok közé tartozik a Kar

- **print és online hírtermékeinek** szerkesztése (pld. Belső tájékoztató, prospektusok, Educatio kiadvány, ELTE Sportkisokos, belső telefonkönyv stb.) Ezeket már az új kari logóval igyekszünk megjelentetni.
- **események tervezése és megvalósítása: Rendezvények – diplomaünnep**, diplomaosztó **fotófallal**, alkalmassági vizsgán ajándékok, ELTEfeszt (idén jelenléttel, HÖK sátorral, előadásokkal, tájékoztató anyagokkal, ajándékokkal – nagyon jól sikerült, sokan voltak kíváncsiak a TÓK programjaira) Nyílt Napok (idén jelenléttel: előadások, bemutató órák, újdonságként: Szülői Fórum, szóróajándékok, tájékoztató print anyagok, egyéb ajándékok) A december 10- programra a regisztráció folyamatban van, eddig 50 fő jelentkezését rögzítettük. Januárban is tervezünk egy Nyílt Napot, ott már pontosabb és hivatalosabb tájékoztatást tudunk majd adni a felvi.hu oldalon megjelentekkel összhangban. A KMRI szervezésében készülünk az **Educatio oktatási szakkiállításra**, ami a HUNGEXPO területén kerül megrendezésre január 13-15-ig. Itt külön TÓK standdal, prospektussal, szóróanyaggal készülünk, a standon a HÖK képviseli majd Karunkat.
- **A hallgatók hazai és a nemzetközi toborzásának támogatása:** a KMRI segítségével számíthatunk fizetett hirdetésekkel, valamint a Tudományos és Nemzetközi Ügyek Irodája kollégái és a Nemzetközi Bizottság segítségével. A bent lévő külföldi hallgatókkal (Erasmus, KIDE) Romanoczki Ildikó és Nemes Zsófia kollégák foglalkoznak, felügyelik a kar nemzetközi közösségi média felületeit a Facebookon és az Instagramon, ahol főként a hallgatók felé osztanak meg nemzetközi programlehetőségeket, pályázati felhívásokat, saját készítésű tájékoztató anyagokat. Ezen felül információkat osztanak meg a kari honlapon nemzetközi és pályázati vonalon. A nemzetközi programokhoz kapcsolódóan személyes, illetve online tájékoztatókat is szerveznek a hallgatóknak. Ebben természetesen az Idegen Nyelvi és Irodalmi Tanszékre is számíthatnak, valamint a Nemzetközi dékánhelyettesre, Dr. Lehmann Miklósrá.
- **Aktív közreműködés a Kar arculatának alakításában:** egyetemi szintre került, a KMRI feladata lett az egységes egyetemi arculat kialakítása, aminek keretében megoldást kell kínálnia a karok és szervezeti egységek megjelenítési igényeire is. Ez folyamatban van, a kari igények összehangolása van most éppen soron, kari színek, honlap megjelenés volt éppen a mai, délelőtti egyetemi megbeszélés témája.

Nagy változás előtt állunk a kari kommunikáció tekintetében: tapasztalt kommunikációs szakember csatlakozik hozzánk december 1-től, aki a TÓK-ot és a BGGYK-t fogja professzionálisan segíteni. Első, kiemelt feladata az új, Gyermek kultúra MA szakunk kampánystratégiájának kialakítása lesz.

#### **Tervek:**

- Az új Gyermek kultúra MA szakunkra fogunk fókuszálni, hogy minél több hallgatót tudjunk a TÓK-ra csábítani
- ELTE TÓK arca kampány - stock fotók helyett igazi TÓK-os hallgatók kerülnek plakátjainkra, ez a fotózás múlt pénteken meg is valósult itt a Karon, hogy a nagy egységen belüli sajátosságot tükrözze
- Egységes egyetemi megjelenés, Karok megkülönböztetése színekkel, de az arculati elemek egységes használata lesz irányadó
- TikTok

Budapest, 2021. december 2.

Pálfalvi Judit  
a Kari Kommunikációs Bizottság elnöke