

Nonprofit marketing kurzus - beszámoló

A Kautz Gyula Közgazdász Szakkollégiumban 2022. áprilisában és májusában zajlott Nonprofit marketing elnevezésű, 3 alkalmas, alkalmanként 1,5 órás szakmai kurzus. A kurzus célja az volt, hogy a hallgatókhoz közelebb hozza a forprofit szervezetek non-business tevékenységét, illetve a nonprofit szervezetek marketingtevékenységét, így kialakítva a tématerület gyakorlatias átláthatóságát. A kurzuson szó esett többek között olyan innovatív megoldásokról, mint a drónokkal történő erdőtelepítés, vagy az AR és a VR technológia alkalmazása a nonprofit szervezetek tevékenységében. A kurzus megvalósítására a Széchenyi István Egyetemről meghívott oktatót, Dr. Gyurián Nagy Nikolettet kérte fel szakkollégiumunk.

A meghívott előadó kurzusain a következő témákat érintette:

1. alkalom: A résztvevők megvitatták, hogy milyen nonbusiness tevékenységek jellemzők a forprofit vállalatokra és ebből milyen előnyök származhatnak. Külön figyelmet szenteltek a nemzetközi ügymarketing kampányokra;
2. alkalom: A szponzoráció témaköre került előtérbe, mely ismeretek tapasztalati áttekintéséhez vendégelőadóként Fata Edinát hívta meg vendégelőadónak a kurzustartó, aki a Győri Audi ETO KC marketingvezetőjeként szerzett kiváló tapasztalatait osztotta meg a résztvevőkkel. Többek között olyan témákról is szó esett, mint a tipikus reklám elhelyezések egy sportklub esetében, szponzorszerzés- és megtartás;
3. 3. alkalom: A nonprofit szervezetek marketingkommunikációs lehetőségeit tárták fel, valamint az NGO-k innovatív módszereivel ismerkedhettek meg a résztvevők.

A kurzus során a hallgatóknak lehetőségük volt mind elméletben, mind gyakorlatban betekintést nyerni a marketing egy speciális szegmensébe, hiszen a nonprofit szervezetek ezen tevékenysége kevésbé ismert a hallgatók körében. A vendégelőadó sokéves tapasztalatai jelentősen hozzájárultak a kurzus gyakorlati, tapasztalati ismeretátadás jellegéhez, amit a hallgatóság interaktivitása csak erősített. A gyakorlati példák, interaktív foglalkozás nagyban segítette a szakkollégistákat abban, hogy későbbi munkájuk során szakmaibb szemmel figyelhessenek a környezetükben folyó marketing tevékenységekre, illetve, hogy részben/teljesen egyedi ötletekkel/meglátásokkal segíthessék későbbi munkáltatójukat.