

SZTEhírek > Hírárchívum > 2014. Május



SZTE-s csapat nyerte az V. Országos Piackutatási Diákversenyt

2014. május 20.

A Huszár Attila, Juhász Anita, Nagy Zoltán alkotta Smart Sztep csapat első helyezést ért el az Országos Piackutatási Diákverseny 2014. május 19-i döntőjén.



Cikk nyomtatás



Link küldés



Tetszik 0



Tweet

A Budapesti Corvinus Egyetem Marketing és Média Intézete idén ötödik alkalommal szervezte meg az Országos Piackutatási Diákversenyt, ahol az induló csapatoknak különböző piackutatási tevékenységek teljesítése révén kellett bebizonyítani rátermettségüket. Ez alkalommal a feladat kiírója a Samsung volt. A csapatok célja a Smart Televíziók iránti kereslet generálása, a célcsoport beazonosítása, valamint a hatékony megszólításra összpontosító irányelvek felvázolása volt.

A versenyre összesen tizenhat háromfős csapat jelentkezett szerte az országból. Az első fordulóban az együtteseknek kvalitatív kutatást kellett folytatniuk, arról tanulmányt írniuk, végül pedig prezentálni az eredményeket. A zsűri döntésének értelmében a döntőbe öt egység jutott tovább, mely közül hármat az SZTE GTK hallgatói tettek ki. A második fordulóban minden csapat megkapta a Samsung kérdőívét, melyet lehetőségük volt saját kérdésekkel is kiegészíteni. A lekérdezés után a csapatok megkapták a 600 főből álló súlyozott mintát, ám minden alakulat csak a központi és a saját kérdéseit kapta meg. Az adatbázist utána elemezniük kellett, majd eredményeikről tanulmányt készítettek.

A zsűri értékelése alapján végül két SZTE-s csapat is a dobogóra állhatott. *Keszeg Maja, Tóth Norbert, Zuba Tamás* csapata (felkészítő tanár: *Kovács Péter*) megosztott harmadik helyet ért el. A második helyezett díját nem osztották ki. A dobogó legmagasabb fokára pedig a *Huszár Attila, Juhász Anita, Nagy Zoltán* hármas (felkészítő tanár: *Hetesi Erzsébet*) állhatott fel, akik az egyetemhez való kötődésüket a rendhagyó csapatnévben is jelezték: Smart Sztep. Megkérdezésünkre a csapatot képviselő Nagy Zoltán elmondta, hogy egy ilyen versenyen jó eredményt elérni komoly felkészülést, odafigyelést és csapatmunkát igényel. – *Jó tanácsként annyit tudnánk mondani, hogy a jövőben induló csapatok mindig próbáljanak üzleti fejjel gondolkodni, értsék meg a megbízó céljait és elvárásait, valamint, hogy olvassák el alaposan és mindig térjenek vissza a kiadott briefhez* – üzent azoknak a hallgatónak, akik a jövőben szeretnének hasonló megmérettetéseken kipróbálni magukat.

Az SZTE Gazdaságtudományi Karának hallgatói évről évre magas teljesítményt nyújtanak a különböző gazdasági versenyeken. A Brandstorm üzleti játékban (melyet a L'Oréal szervezett) 90 magyar egyetemistának és főiskolásnak nyílt lehetősége a kozmetikai készítményeket gyártó cég vezető márkáinak marketingstratégiájában elmélyedni. A versenyben az SZTE csapata is részt vett, és ugyan jó eredményt ért el, a nemzetközi döntőbe végül a Corvinus csapata jutott tovább.

Őszi Tamás



Cikk nyomtatás



Link küldés



Tetszik 0



Tweet

Kövess minket!

