

Írja be a keresendő szöveg



Menü

Október 31. csütörtök, Farkas

- [Rovatok](#)
 - [Szegeden Szeged300 Kék hírek](#)
 - [Ziccer Múvház](#)
 - [Túl a városon Színes](#)

- [Képriport](#)
- [Szeged TV](#)
- [Szegedi Tükör](#)
- [Városunkról](#)

- Szegedieknek

[E-ügyintézés](#) [E-közgyűlés](#) [Fejlesztéseink](#) [Gépjármű elszállítás](#)

Turistáknak

[Látnivalók](#) [Programok](#) [Szálláshelyek](#) [Menetrend](#)

Befektetőknek

[Fejlesztési stratégia](#) [Infrastruktúra](#) [Munkaerőpiac](#) [Építési szabályzat](#)

Önkormányzati cégek

[IH Rendezvényközpont](#) [Belvárosi Mozi](#) [Szegedi Partfürdő D2](#) [Szegedi Közlekedési Kft.](#) [Szegedi Környezetgazdálkodási Nkft.](#) [Szeged Tourinform](#) [IKV RITEK Zrt.](#) [Szegedi Víziközmű Működtető és Fejlesztő Zrt.](#) [Szegedi Városkép- és Piac Kft.](#) [Szeged Pólus](#) [Szegedi Sport és Fürdők](#) [Szegedi Vadaspark](#)

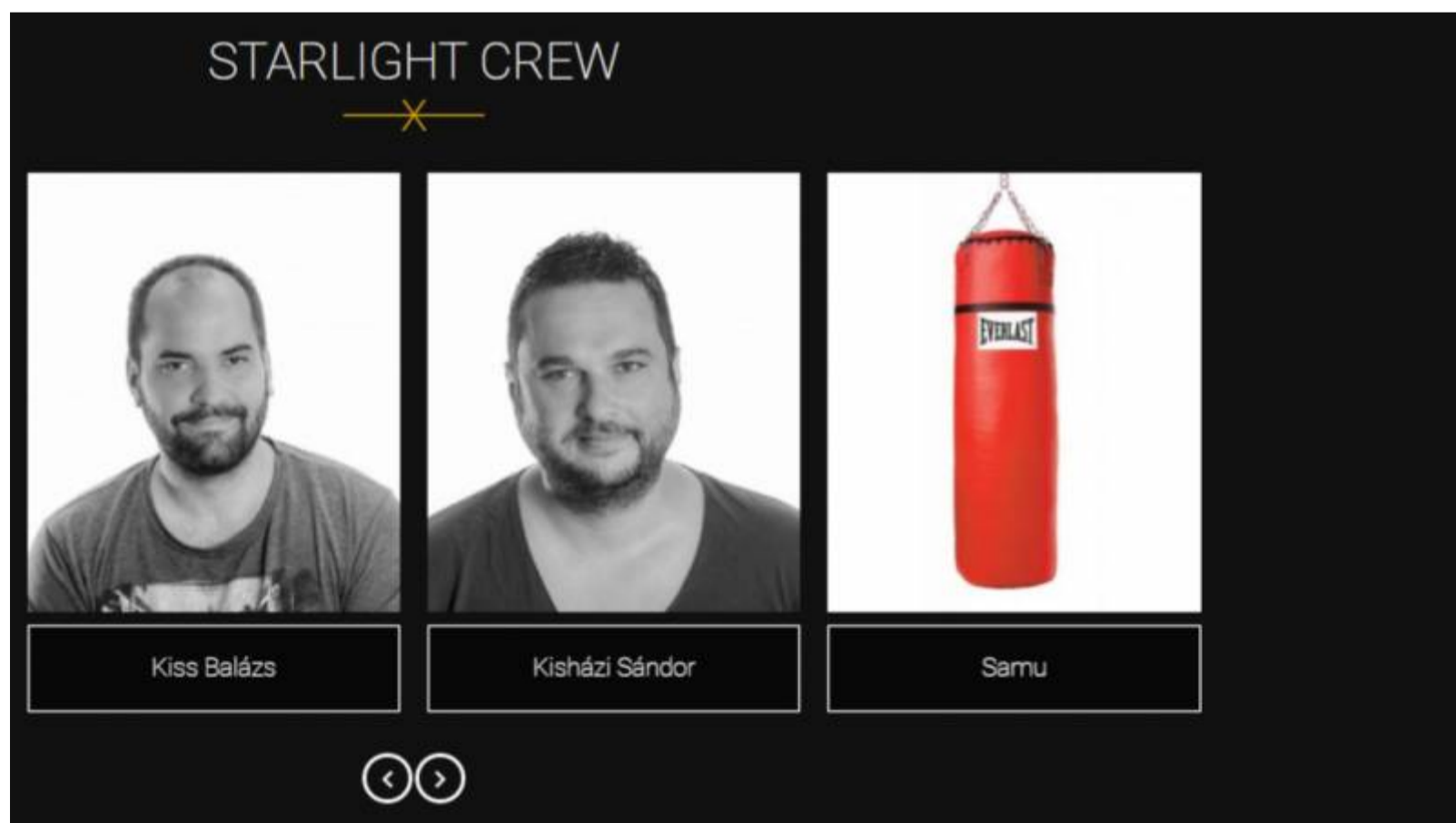
- [Archívum](#)

- [Kezdőlap](#)
- [Hírek](#)
- [Szegeden](#)

- Két hatalmas szakemberrel bővülhet az SZTE: Nemesi Pál kampánycsapata az egyetemen pihenheti ki az önkormányzati választás fáradalmait

Megosztás 284 [Szegeden](#) 2019. október 30. 16:31

Két hatalmas szakemberrel bővülhet az SZTE: Nemesi Pál kampánycsapata az egyetemen pihenheti ki az önkormányzati választás fáradalmait



Nemesi Pál kommunikációs munkatársai, Kisházi Sándor és Kiss Balázs a Szegedi Tudományegyetem marketingjéért felelhetnek ezután.

Információink szerint a Starlight Marketing (vezetése) beköltözik a Szegedi Tudományegyetemre: [Kobza Miklós megtartása](#) mellett Kisházi Sándor és Kiss Balázs leigazolása a következő nagy dobás az egyetemen, az SZTE Nemzetközi és Közkapcsolati Igazgatóság Közkapcsolati Irodájának PR és marketingcsapata tovább bővülhet, a két fiatalember volt az, akik Nemesi Pál kampányát végigvitték július elejétől.

Többek között olyan sikerek kötődnek a nevükhöz a Facebookon, mint

- [a fantomokkal beszélgető polgármesterjelölt,](#)
- [a megvett szerb lájkolók,](#)

hogy csak két, igazán jellemző esetet elevenítsünk föl a kampányból.

Ők voltak azok, akik az első szabálytalan nemesis szórólap után – azon még nem volt impresszum –, odaírták a nevüket felelős kiadóként. [Ők voltak megadva sajtókapcsolatként a honlapon](#), hozzájuk futott be a központi e-mail cím. Nekünk mégsem válaszoltak egyetlen megkeresésünkre sem. Állítólag azért, mert napi szinten több száz e-mailt kaptak – vajon egy ekkora intézménynek mekkora lehet a levelezése?

De ők voltak azok is, akik képesek voltak a saját üzleteiket és a politikát összemosni, remélve, mindenki őket sajnálja majd, lásd még [chili hétvége](#), [Deja Vu Fesztivál](#), sőt egyszercsak nagyon fontosnak tartották, hogy fellépjenek a nők elleni erőszakkal szemben. Olyannyira, hogy egy már működő Facebook-oldalt is [átkereszteltek](#) ezért, egészen október 13-áig ment nagyot az az oldal is.

„Maradva a Facebookon” több mint 8 millió 500 ezer forintot verhettek el a fideszes pénztárcából szívecskés, „dizájn-felkiáltójeles”, helyesírási hibás posztokra, ahol mindig minden első volt és Szegedi.

Izgalommal várjuk a novembert az egyetemi marketing felpozícióját.

gszl

* * *

Szeged.hu – Minden, ami Szeged! [Tartson velünk a Facebookon is!](#)

Cimkék: [Szegedi Tudományegyetem](#) [SZTE](#) [Kisházi Sándor](#) [Kiss Balázs](#) [Starlight Marketing](#)

A rovat további hírei



[Napos, felhős, hűvös](#)



[Győzött a józan ész](#)

