

# Nemzetközi versenyen az SZTE hallgatói



A versenyre 5 európai egyetem 200 diákja nevezett, köztük az SZTE 20 hallgatója. ILLUSZTRÁCIÓ: FRANK YVETTE

**SZEGED.** Egy képzeletbeli gyógyszer-cég marketing stratégiájának megalkotásán dolgoztak a Szegedi Tudományegyetem hallgatói az EUGLOH konzorcium játékos kurzusán. A verseny célja a nemzetközi közegben történő tapasztalatszerzés.

A konzorcium 2019 őszén jött létre, az SZTE mellett tagja a Paris-Saclay Egyetem, a Lundi és a Portói Egyetem, valamint a müncheni Ludwig Maximilian Egyetem. A program 210 ezer hallgató, 23 ezer oktató, kutató és felsőoktatási munkatárs számára teszi lehetővé az öt egyetem és így az öt

ország közötti mobilitást és együttműködést.

A január 13–16. között lezajlott, Pharmaceutical Rush BusinessGame elnevezésű versenyre az öt egyetemről összesen 200 diák nevezett. A szegedi egyetemről 20 fő, akadt közöttük gyógyszerész-, bölcsész-, közgazdász- és orvostanhallgató is.

A nemzetközi csapatok a verseny során marketingkutatási dokumentumokat kaptak, amelyek többek között arról szóltak, hogy Európában és Ázsiában hogyan működik a piac, milyen alapú gyógyszerkészítményeket részesítenek

előnyben az emberek. A csapatok ezek alapján dolgozták ki és építették fel marketing stratégiájukat, amelyet később egy analitikai rendszer elemzett ki.

– A versenynek nincs zsűrije, a végeredményt az algoritmusok döntenek el. A diákok nyeresége a tapasztalat: megtanulnak nemzetközi környezetben, csapatmunkában együttműködni, kommunikálni, döntéseket hozni, meggyőzni egymást – magyarázta Révész Balázs, az SZTE Gazdaságtudományi Karának docense, a verseny egyik magyar szervezője.