



## Beszámoló a 19. EDUCATIO Nemzetközi Oktatási Szakkiállításról



**2019. január 10-12-én rendezték meg a 19. EDUCATIO kiállítást, ahol számos felsőoktatási és szakképzési intézmény képviseltette magát, hogy meggyőzze az érdeklődőket: a lehető legjobban döntenek, ha továbbtanulás céljából őket választják. A Semmelweis több kara is részt vett a kiállításon, és ez lehetőséget teremtett annak megítélésére, mekkora az érdeklődés az egyetem orvosi szakja iránt, és egyáltalán mi alapján döntenek a diákok a jövőjükéről.**

A kiállítás első napján, nem sokkal a nyitás után már igen hosszú sor állt az ÁOK standja előtt, ami azt jelenti, sok középiskolás az első célpontjának választotta az egyetemet, és nem félt hosszasan várakozni, hogy feltegye kérdéseit a pult mögött álló lelkes HÖK-ösöknek.

Az ELTE karai körül szintén nagy volt a nyüzsgés, többek között a Gazdálkodástudományi Intézet standjánál is, mely külön magyar és angol nyelvű, igényes kivitelű magazint készített az eseményre. Nem ez volt azonban az egyetlen eszköz, amivel a kiállítók igyekeztek megszerezni a hallgatók figyelmét: akadtak ajándék mappák, tollak, táskák, jegyzetfüzetek és ingyen jégkása, melynek megszerzéséért meglehetősen sokan álltak sorba. Az épület előtti sétányon pár intézmény zenés-táncos műsorral várta az érdeklődőket, míg a színpadon több egyetem külön előadást tartott képzéseiről, ezzel arcot társítva az addig csak honlapokról ismert intézményekhez. Felmerül a kérdés, hogy mi is számít igazán a diákoknak, amikor végül döntenek a jelentkezésükről: az interaktív eszközök, a dizájnos magazinok, az egyetem helyezése a nemzetközi rangsorokban vagy egyszerűen az ismerősök ajánlása?

Összességében megállapíthatjuk, hogy a különböző „show-elemek” habár hozzájárulnak a végleges döntéshez, a legfontosabb az intézmény hírneve, valamint „brandje”, azaz mindazok a szavak, kifejezések és érzelmek, amelyek akaratlanul is felugranak bennünk, amikor meghalljuk az intézmény nevét. A brand hosszú idő alatt alakul ki, és közrejátszik benne az egyetem nemzetközi és hazai pozíciója, továbbá a leendő munkáltatók, a szülők és a barátok, azaz általában a lakosság véleménye.

Mindez azt jelenti, hogy habár a kiállításon használt interaktív eszközök élményszerűvé és izgalmassá teszik az eseményt, nem feltétlenül ezek lesznek a meghatározó szempontok az intézmények kiválasztásánál, pláne, ha aztán az oktatás során nem ezek a megoldások a meghatározók. Az ilyen eszközök csakis abban az esetben lesznek számottevő hatással, ha az egyetem brandjében már eleve megjelent például a digitális eszközök nagyfokú alkalmazása.

A brandek jelentőségét jól példázza a külföldi egyetemek megjelenése a kiállításon. Fontos látni, hogy egyre több lehetőség kínálkozik a magyar diákoknak, hogy akár ingyenesen külföldön tanuljanak, és ezt a lehetőséget egyre többen igénybe is veszik. A résztvevő tanulókkal beszélgetve kiderült, hogy sokan Bécsre vagy Londont jelölik meg először, a magyar egyetemek csak utána jönnek. Valódi nemzetközi verseny kezd tehát kialakulni a felsőoktatási intézmények között, így még hangsúlyosabb, hogy a Semmelweis Egyetem kiemelkedően magas minőségű oktatást nyújtson. Csak így lehet elérni, hogy a legjobb magyar hallgatók továbbra is szívesen és nagy számban válasszák Egyetemünket.

Cím:1094 Budapest, Tűzoltó utca 37-47.

Levelezési cím: 1085 Budapest, Üllői út. 26.; 1428 Budapest, Pf.2.

e-mail: [oktatasmodzertan@med.semmelweis-univ.hu](mailto:oktatasmodzertan@med.semmelweis-univ.hu)

web: [semmelweis.hu/oktatasmodzertan](http://semmelweis.hu/oktatasmodzertan)