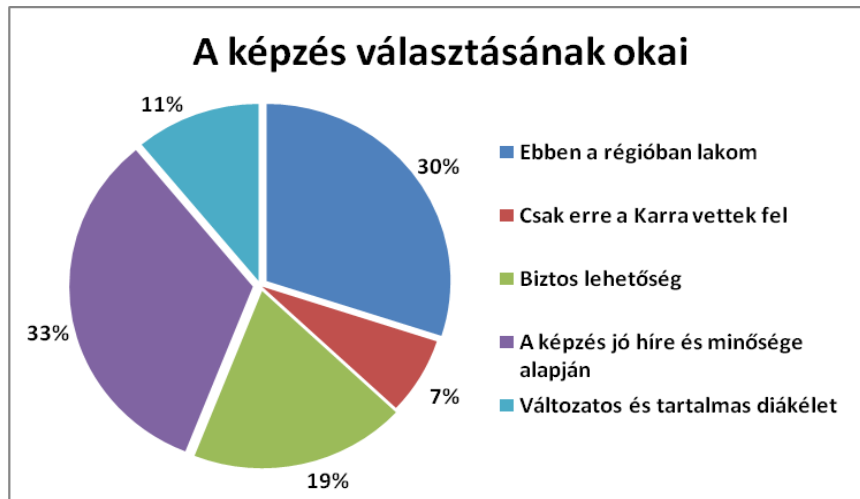


A Miskolci Egyetem társadalmi hatásvizsgálatának elemzése a 2014-18-as időszakra vonatkozóan

A Miskolci Egyetem hallgatóinak több mint a 80 %-a régióból érkezik. Ezen belül is 60 %-os az aránya a Borsod-Abaúj-Zemplén megyéből származó hallgatóknak. Ez a magas arány nem meglepő, hiszen az utóbbi években a Miskolci Egyetem szoros kapcsolatot épített ki a környék középiskolaival és gimnáziumaival. E mellett rendszeresen tartunk tájékoztató előadásokat és nyílt napokat. A 2014-18 között felvételt nyert hallgatók 60 %-a vett részt a felvételi jelentkezése előtt a Miskolci Egyetem nyíltnapjain.



1. ábra A képzés választásának oka

A diagramból egyértelműen látszik, hogy a Miskolci Egyetemre két fő okból jelentkeznek a továbbtanulni vágyók. Egyrészt, mert a képzésnek jó híre van, másrészt pedig mert nem akarják elhagyni a régiót.

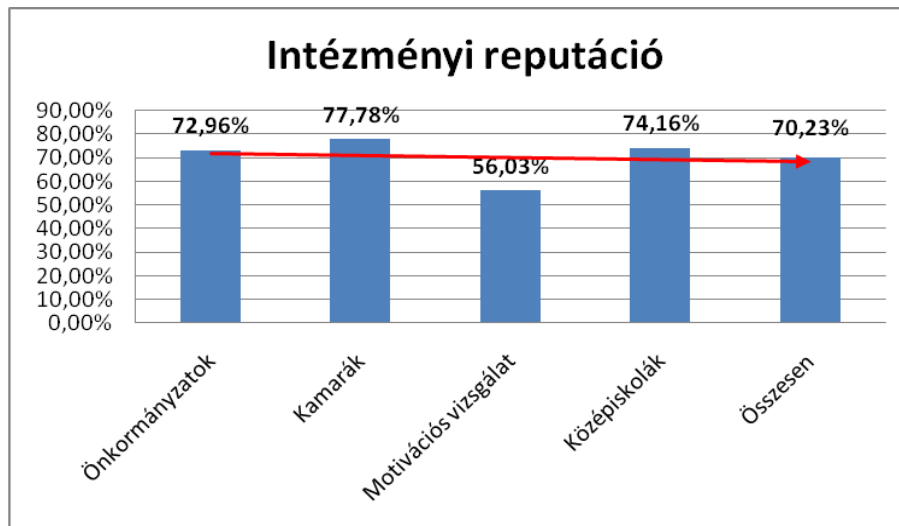
Az intézmény több rendezvényben is aktív szerepet vállal. Az egyik legfontosabb rendezvénye a gólyatábor megszervezése. A megkérdezett első éves hallgatók véleménye alapján jók a gólyatáborok szakmai és szabadidős programjai és a gólyatábor pozitívan befolyásolta a karokról és az egyetemről kialakított képüket.

Az egyetem nagy hangsúlyt fektet a régióbeli és azon kívüli cégekkel, szervezetekkel és intézményekkel történő jó viszony ápolására. Ezt mi sem bizonyítja jobban, mint, hogy egyre több cég jelenik meg az egyetem éves Állásbörzéjén. Végzett hallgatói felméréseink alapján megállapítható, hogy az egyetemi állásbörze segítségével elhelyezkedettek aránya a 2014-es 1,8 %-ról, 2019-re 5,3 %-ra nőtt.

Az egyetem rendszeresen szervez olyan programokat, amiknél arra törekszik, hogy egyedi filozófiáját, pezsgését az érdeklődő kívülállók is megismerhessék. Aktívan részt veszünk a Kutatók Éjszakája programban. Hallgatóink és partnereink már több éve jónak minősítik rendezvényeinket.

Több éves hagyomány, hogy az egyetem rendszeresen belső és külső hírlapot ad ki. A belső hírlap az oktatóknak és a hallgatóknak szól, míg a külső a már végzett hallgatókat, különböző középiskolákat, cégeket és kamarákat célozza meg. Ez az információs és tájékoztató rendszer már 2005 óta működik.

Fontosnak tartjuk a médiában való folyamatos szereplést. Jó viszonyt ápolunk a régió önkormányzataival, gimnáziumaival és kamaráival is. Társadalmi hatás felmérésünk keretében rendszeresen készítünk velük felméréseket, amikben az egyetemről alkotott véleményüket, megelégedettségüket és észrevételeiket kérdezzük meg. A jelenlegi feldolgozásnál 110 partnerszervezetünkkel sikerült kapcsolatot felvenni és megkérdezni véleményüket, de magát a felmérések még folyamatban vannak. Az intézmény megítélésénél fontosnak láttuk a leendő hallgatók véleményét is megkérdeznünk arról, hogy mi motiválja őket a jelentkezésnél. Így 2018-ban a négy tényező együttes eredményéből kapott Intézményi reputációs érték 69,68 %-os, ahol a 0 % jelenti a nem megfeleltet és a 100 % a kiválóan megfeleltet.



2. ábra Intézményi reputáció

Az önkormányzatokkal, kamarákkal, vállalatokkal és középiskolákkal végzett felmérések esetén arra kerestük a választ, hogy a különböző intézmények milyen mértékben vannak megelégedve az egyetem oktatási színvonalával, mennyire vannak megelégedve az innen kikerült szakemberekkel, mit gondolnak az intézményről kialakult általános képpel.

A válaszadó partnereink több válaszadási lehetőség közül 68,8%-a a duális partnereket képviselték, vagy szakmai gyakorlati helyet kínál a hallgatóknak 18.8%-uk hallgatókat foglalkoztat 28.1%-uk egyéb szakmai kapcsolatban áll az intézménnyel. A válaszadók 96,2%-a egytől ötig terjedő skálán legalább négyesre értékelte a Miskolci Egyetemről kialakult általános képet. Véleményük szerint az intézmény aktívan tartja a kapcsolatot a partnereivel, igyekszik a város/regió oktatási/kutatási/szolgáltatási igényeit kiszolgálni. A partnerek elmondásuk szerint elégedettek az itt végzett hallgatók szakami felkészültségével, többségük fél éven belül teljesen elsajátítja a munkavégzéshez szükséges speciális munkahelyi ismereteket, egyedül a nyelvtudás terén várnának a hallgatóinktól többet.

A leendő hallgatók esetében arra vagyunk kíváncsiak, hogy mennyire tudjuk elérni őket. Milyenek a Nyílt Napok, a szóróanyagok, a kiadványok színvonala. Mit gondolnak az intézményi rendezvényeinkről. A diagram trendvonala is jól mutatja, hogy itt relatíve alacsonyabb értéket kaptunk. Továbbá jobban oda kell figyelni a továbbtanulók igényeire.

Az eddigieket összefoglalva elmondható, hogy a Miskolci Egyetem társadalomra gyakorolt hatása jó. A régióban, de az egész országban gyakran hallanak a Karokról és az intézményről a médián és a rendezvényein keresztül. Aktív társadalmi szerepet vállal, jó kapcsolatot tart

fent a különböző gazdasági intézményekkel és cégekkel. Természetesen akadnak gyengeségei is. tovább kell növelnünk a Miskolci Egyetemmel aktívan kooperáló szervezetk, cégek számát, hogy minél több gyakorlati tudást és tapasztalatot tudjunk kínálni a hallgatóinknak. A fiatal továbbtanulók igényeire jobban oda kell figyelnünk. Fejlesztenünk kell a kommunikációs csatornáinkon.