

HITELES NARRATÍVÁK: DIÁKOK, HALLGATÓK BEVONÁSA A STORYTELLING EREJÉVEL

2026.09.15



Bemutakozás



**NÉMETH Katalin
Anna**

- Intézményi Erasmus+ koordinátor
- Eötvös Loránd Tudományegyetem

- Nemzetközi koordinációs és promóciós asszisztens
- Eötvös Loránd Tudományegyetem

**KERTÉSZ
Dzsenifer
Artemisz**



Bemutakozás



Kosztyi Kata

- Kommunikáció- és médiaszakértő
- Nemzetközi Kommunikációs Koordinátor (KMASZC)

- Nemzetközi Projekt Koordinátor (KMASZC)

Tuza Tamara



A mai témáink

Inklúzió



Jó
gyakorlatok
bemutatása



Storytelling

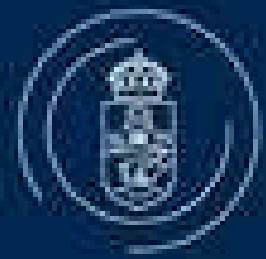


Fenntart-
hatóság



Workshop
zárás





ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

Storytelling: Marketing és Erasmus+

*Hiteles narratívák: diákok, hallgatók
bevonása a storytelling erejével*



Erasmus az ELTE-n

mobilitási típusok:

- hallgatói tanulmányi mobilitás
- szakmai gyakorlat
- oktatói mobilitás
- dolgozói tréning



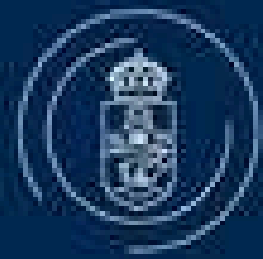
ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

Erasmus az ELTE-n

közösségi média kommunikáció

- első közösségi média megjelenés: 2024 december
- hallgatói visszajelzések alapján
- kommunikáció erősítése az ELTE központi oldalain
- források kihasználása
- gyakornok bevonása





ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

A Storytelling fogalma

Storytelling: egy marketing üzenet közvetítése
szereplők történetén keresztül





A Storytelling fogalma

ÜZENET	TÖRTÉNET
Vedd meg az üdítőnket!	Télapós Coca Cola reklámok
Ez a tisztítószer a legjobb!	A család kiskedvence összesározza a szőnyeget, szegény szülőknek pedig valahogyan fel kell takarítania.
Ez egy kényelmes futócipő!	Nézd, ez a 80 éves nagymama megfiatalodik és lefut egy maratont, amint felveszi a futócipőnket!

A Storytelling előnyei

- a nézők jobban **emlékeznek** egy történetre, mint önmagában egy termékre vagy szolgáltatásra
- **érzelmi** szinten is kapcsolódni tudnak a szereplőkhöz
- egyszerű, párbeszéd szerű **szerkezet** → vásárló problémája + a te megoldásod = boldog vásárló
- nem a terméken van a hangsúly, hanem a hozzáadott **értéken** / hasznon

Működik a storytelling?

Kulcsszó:
customer engagement



Structure (AMOS) program. Research findings: The study's results demonstrated that storytelling marketing directly and significantly affected customer engagement and did not directly affect purchasing decisions. In addition, there was a positive and significant influence between customer engagement and purchasing decisions, and customer engagement mediated the relationship between storytelling marketing and purchasing decisions.

<https://doi.org/10.18196/mb.v14i2.17830>

Hogyan használjuk az Erasmusban?

- szlogenek → plakátok, tájékoztatók
- social media posztok és storyk
- hallgatói élménybeszámolók





ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

Kommunikációnk fejlődése

2024 december - 2026 szeptember





ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

szlogenek



social media

Kulcsszó:
személyes azonosulás



social media

- bite-sized tartalom
- “probléma → megoldás” szerkezet
- call-to-action (CTA) → engagement



hallgatói élménybeszámolók

Kulcsszó: hitelesség

Erasmus ösztöndíjas hallgatók történetei



2026.07.27.

**Szabó Eszter (PPK,
részképzés) -
Élménybeszámoló
NOTODDEN**

"Szakmai szempontból a nyelvtudásom fejlődése volt a leglátványosabb: mivel minden nap angolul kommunikáltam a tanárokkal és a hallgatótársakkal, a gátlásaim teljesen eltűntek."



2026.07.27.

**Schmidt Anna (GTK,
részképzés) -
Élménybeszámoló
MODENA**

"Az Erasmus ad egy második életet, az az egy (vagy esetleg két) szemeszter nem pár hónapnak érződik, az embernek kialakul egy párhuzamos valósága, a lehető legjobb értelemben."



2026.07.22.

**Rancsó Anna Réka (BTK,
részképzés) -
Élménybeszámoló
PADOVA**

"Ha valamit ki kellene emelnem, hogy mi az, amit magammal viszek ebből a fél évből, azt mondanám, hogy ne aggódjam túl a dolgokat, mert a végén úgy is minden megoldódik."

Hallgatói elégedettségi kérdőív / Student experience report

Szállással kapcsolatos információk: hogyan talált szállást, milyen színvonalú volt a szállása, mennyibe került?

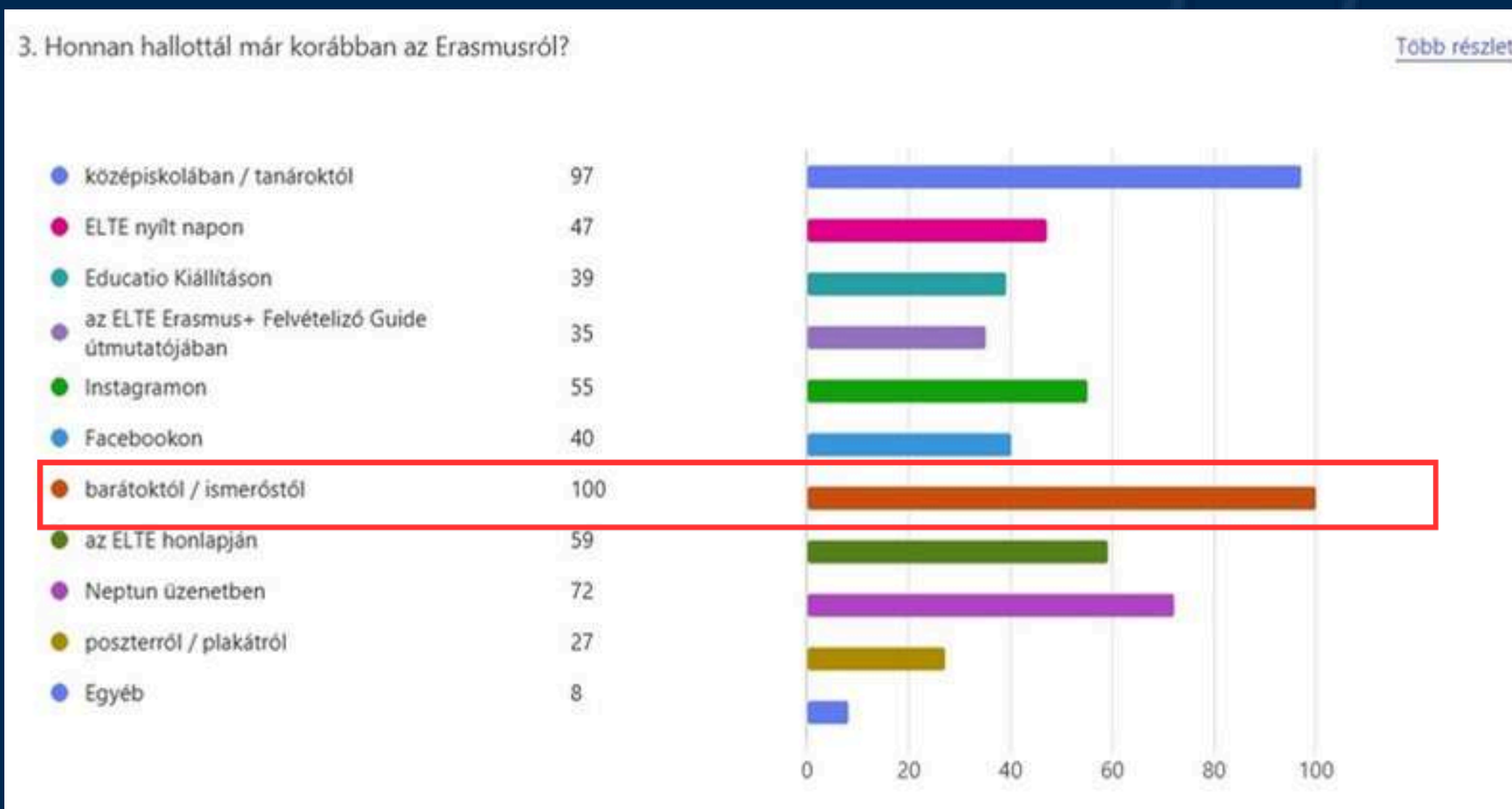
*

Turku diákszállás-hiánya miatt privát úton kellett szállást találnom és bérelnem, ahogy rengeteg másik külföldi hallgatónak is. Ezeknek a szállásoknak jelentősen magasabb az ára, mint az egyetem által ajánlott diáklakásoknak, utóbbiból azonban kifejezetten korlátozott a kapacitás. Én 520 eurót fizettem havonta egy egyszobás stúdiólakásért, nem messze (gyalogtávolságra) az egyetemtől. A szállás minősége jó volt, bár kifejezetten régi épületben volt a lakás, ezért sokszor kellett javító munkákra várnom, ha probléma volt a vízzel vagy internettel.



ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

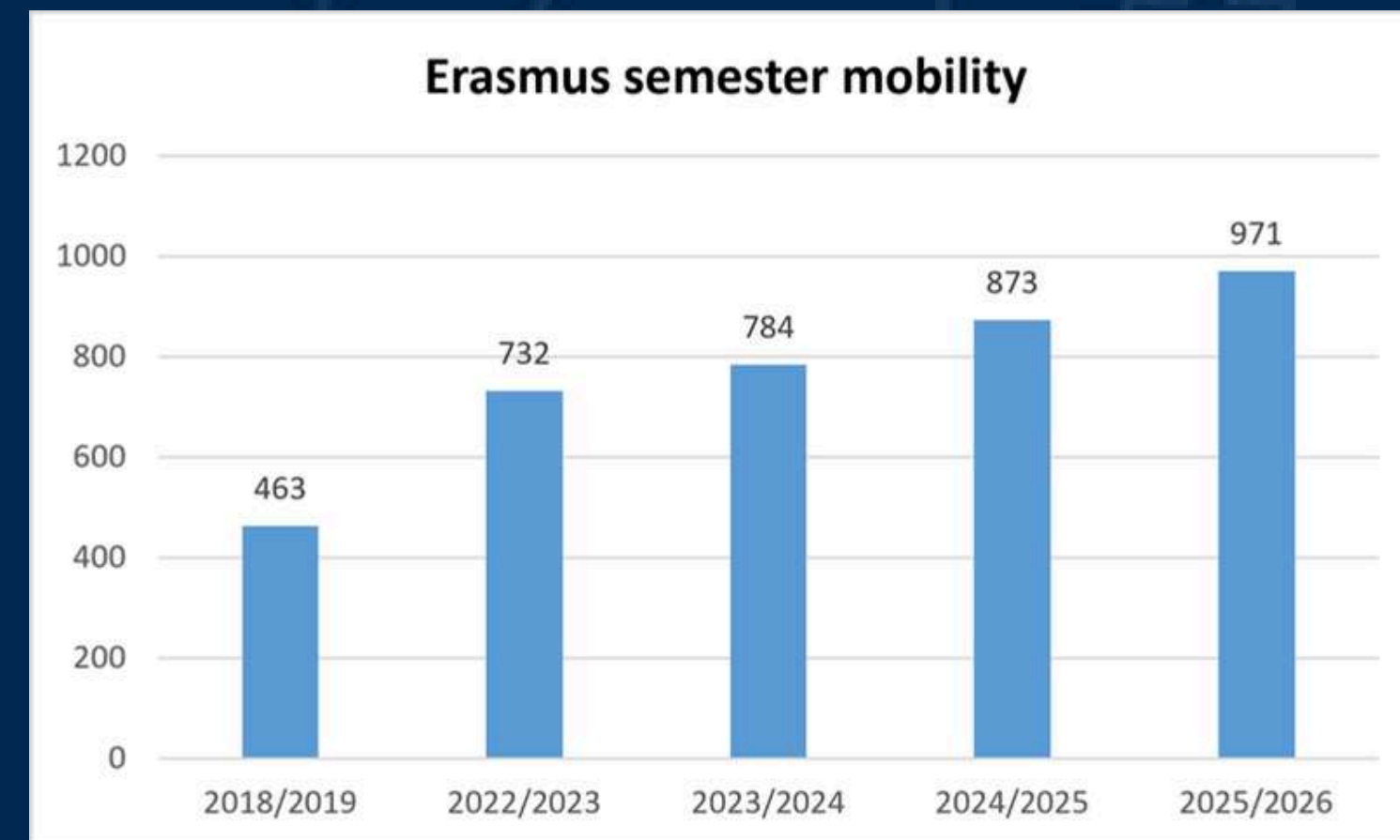
hallgatói élménybeszámoló



(Gólyák között végzett felmérés, 2026 szeptember)

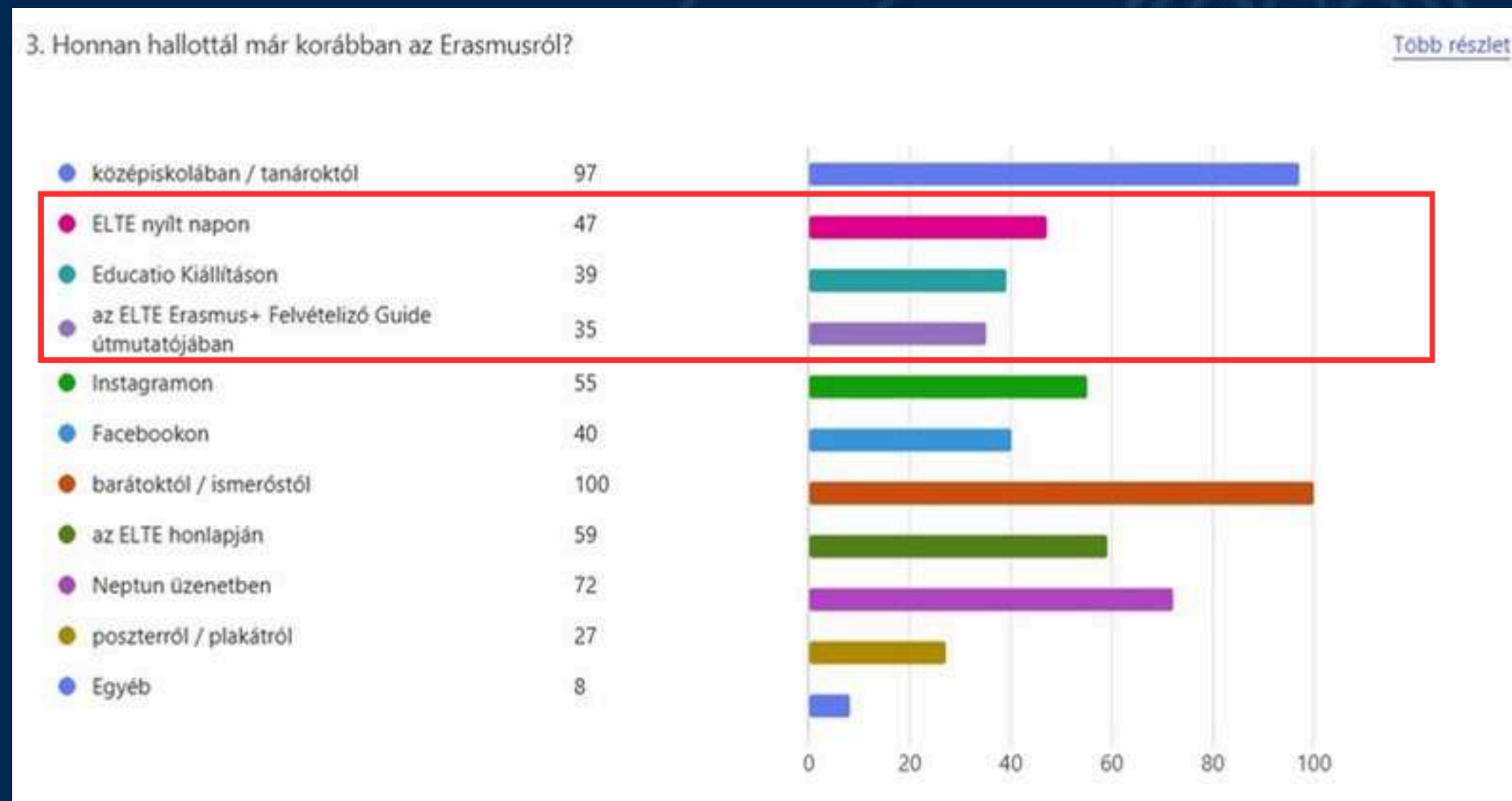
Eredmények

növekvő pályázati számok



Eredmények

bővülő lefedettség



(Gólyák között végzett felmérés, 2026 szeptember)

Eredmények

bővülő lefedettség

- Gólya Guide útmutatónkat és Erasmus+ Starter Pack csomagunkat **13 000** frissen felvett hallgatóhoz tudtuk eljuttatni.
- Starter Pack Nyereményjátékunk kitöltéseinek száma jelenleg **155**.



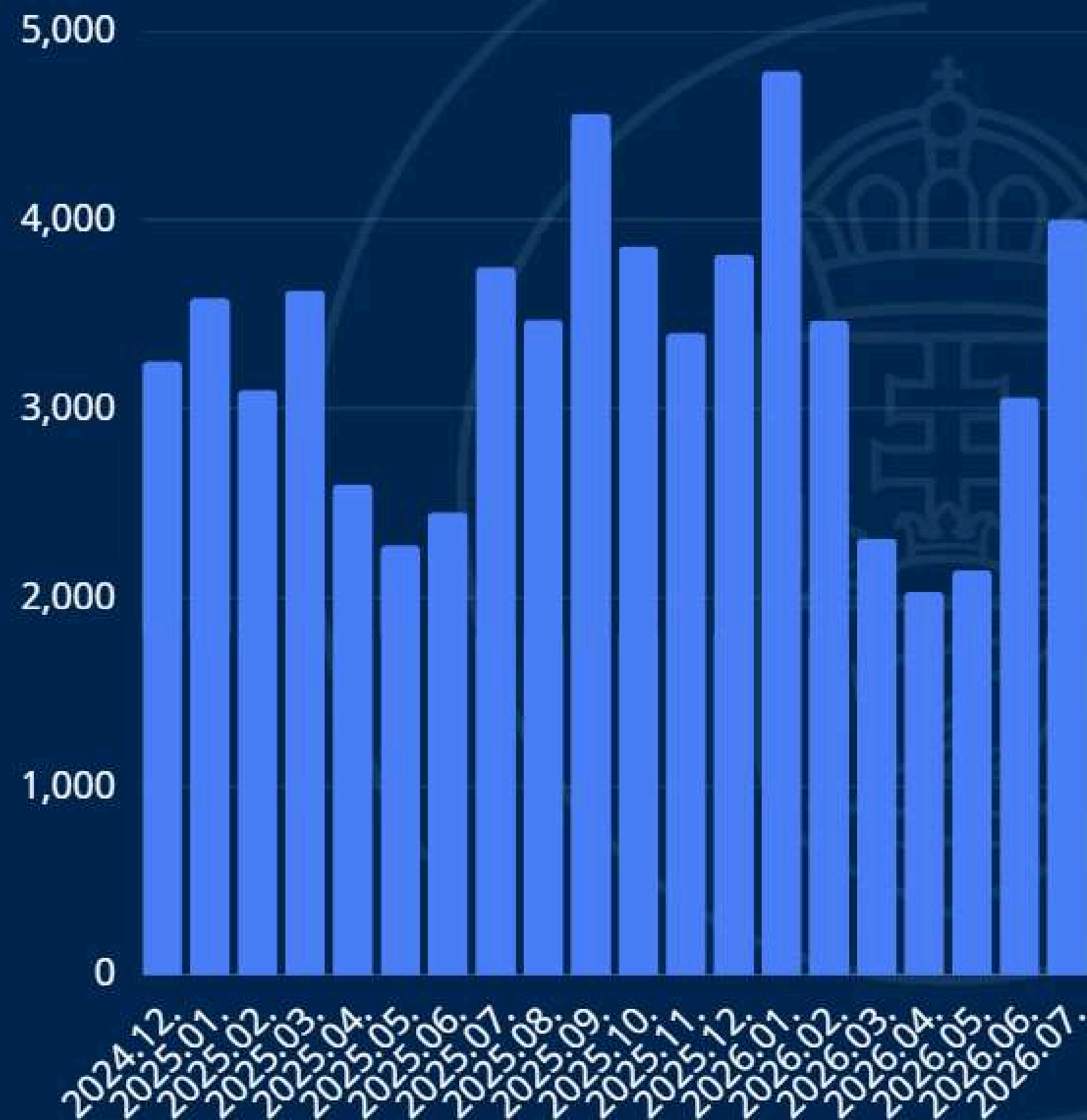
ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

Eredmények

növekvő socialmedia elérés

 Eötvös Loránd Tudományegyetem - ELTE

 elte_official

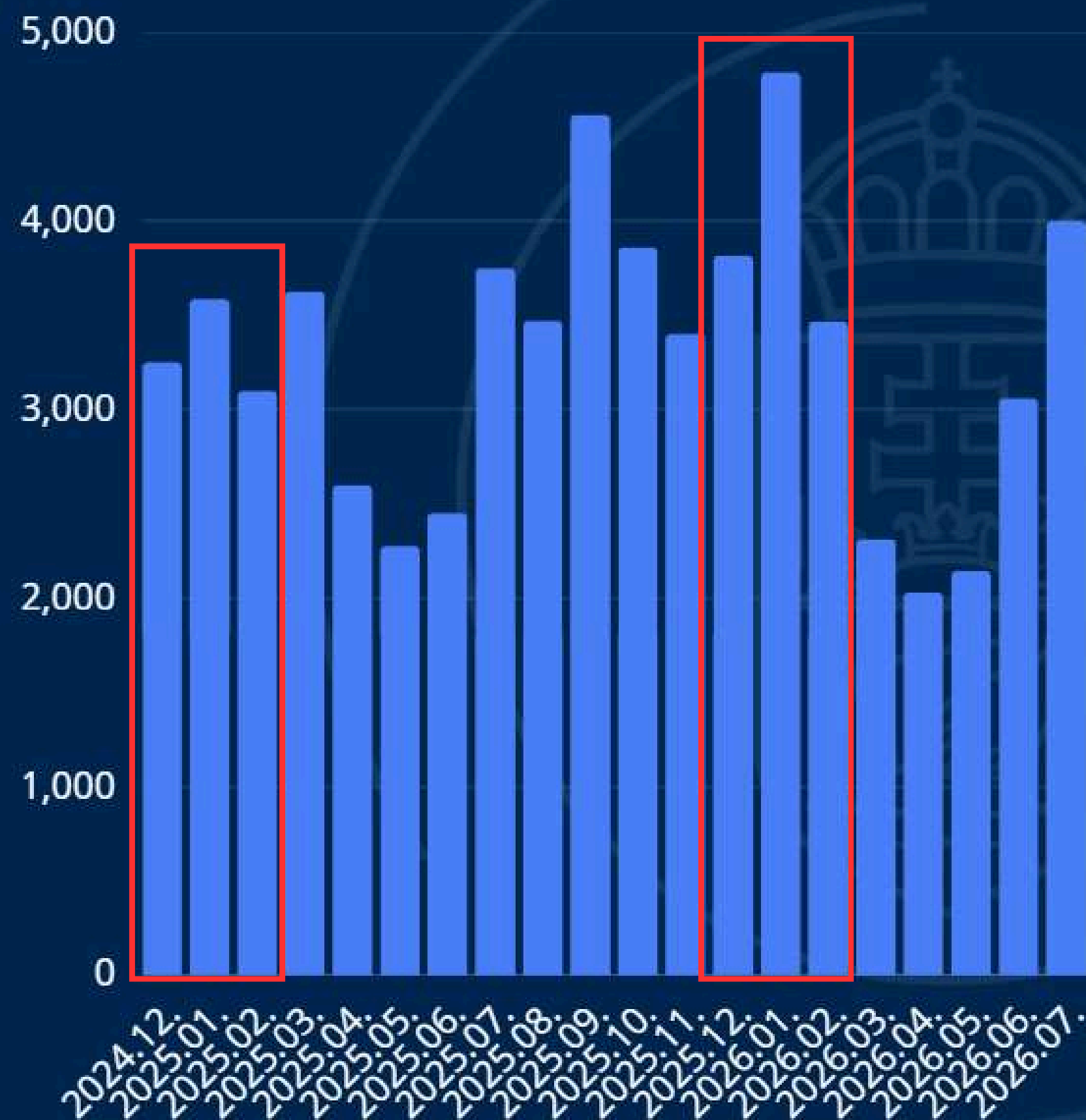




ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

Eredmények

növekvő socialmedia elérés

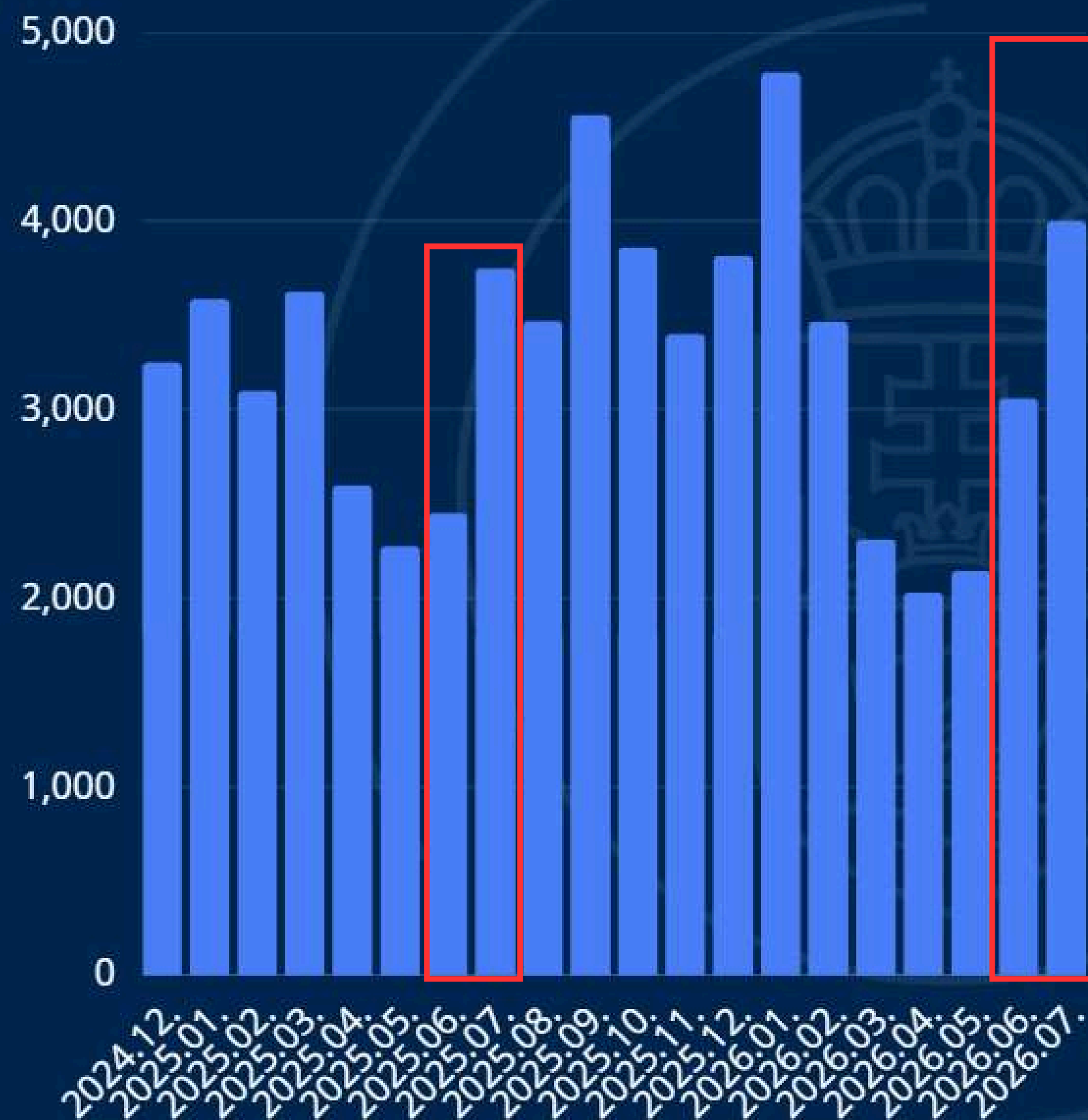




ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

Eredmények

növekvő socialmedia elérés





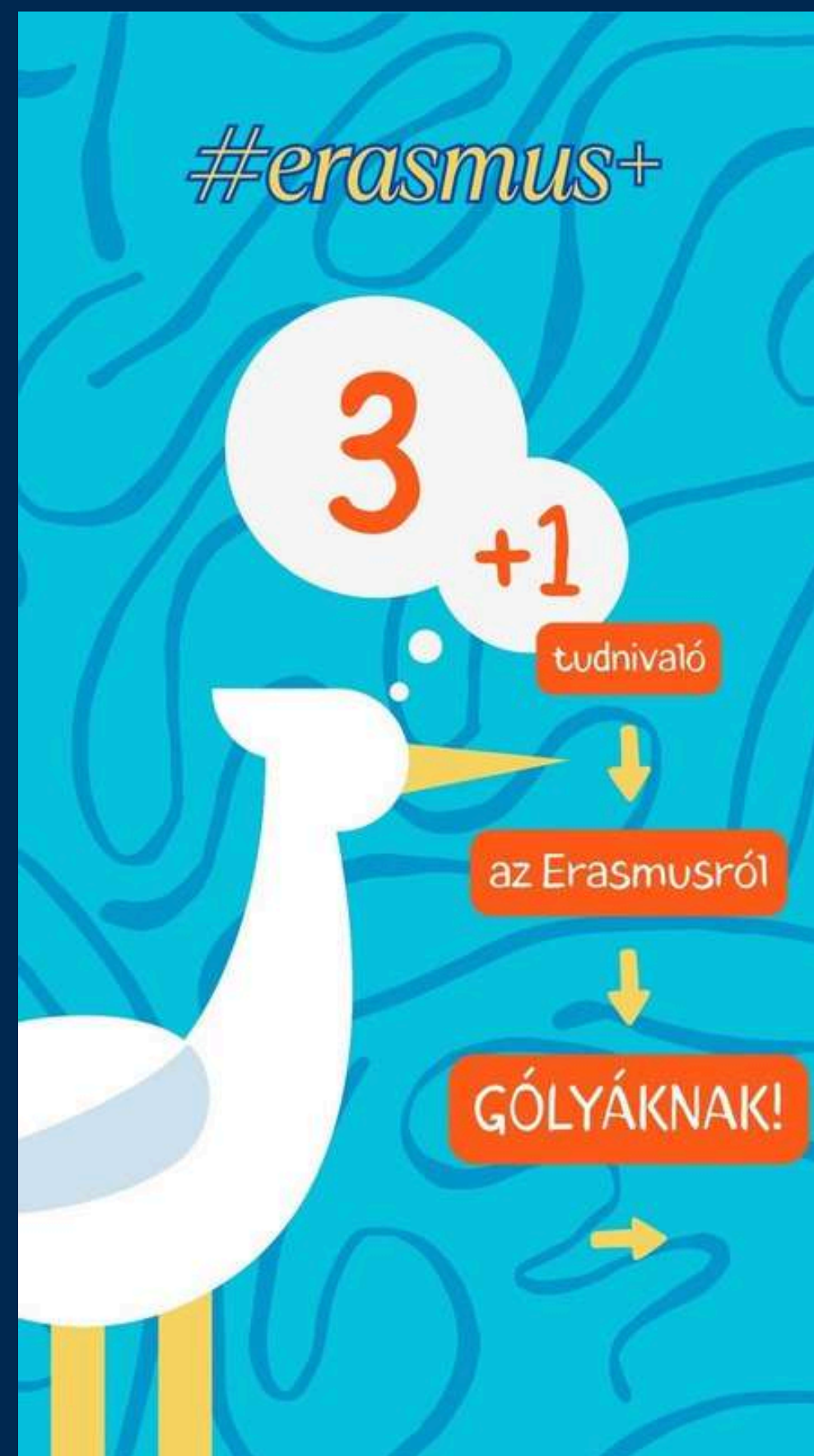
ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

Eredmények

hallgatói engagement

- téma: Gólya Guide
- időszak: 2026 július
- kattintások: 284

Kulcsszó: CTA



Merchandise

- vibe-ok
- történetek
- azonosulás
- emlékezés



Merchandise

- praktikus tárgyak
- újrahasznosíthatóság



Merchandise

- szórakozás
- (népszerűségi faktor)



Köszönjük a figyelmet!



Meséld el! – Storytelling rád szabva

Időkeret: 15 perc



Közép-magyarországi Agrárszakképzési Centrum

- 11 intézmény
- 3000 diák, 800 kolléga
- évente 500 mobilitás szervezése
- projektek: KA1, KA2, Jean Monnet, Nemzeti Tehetség Program



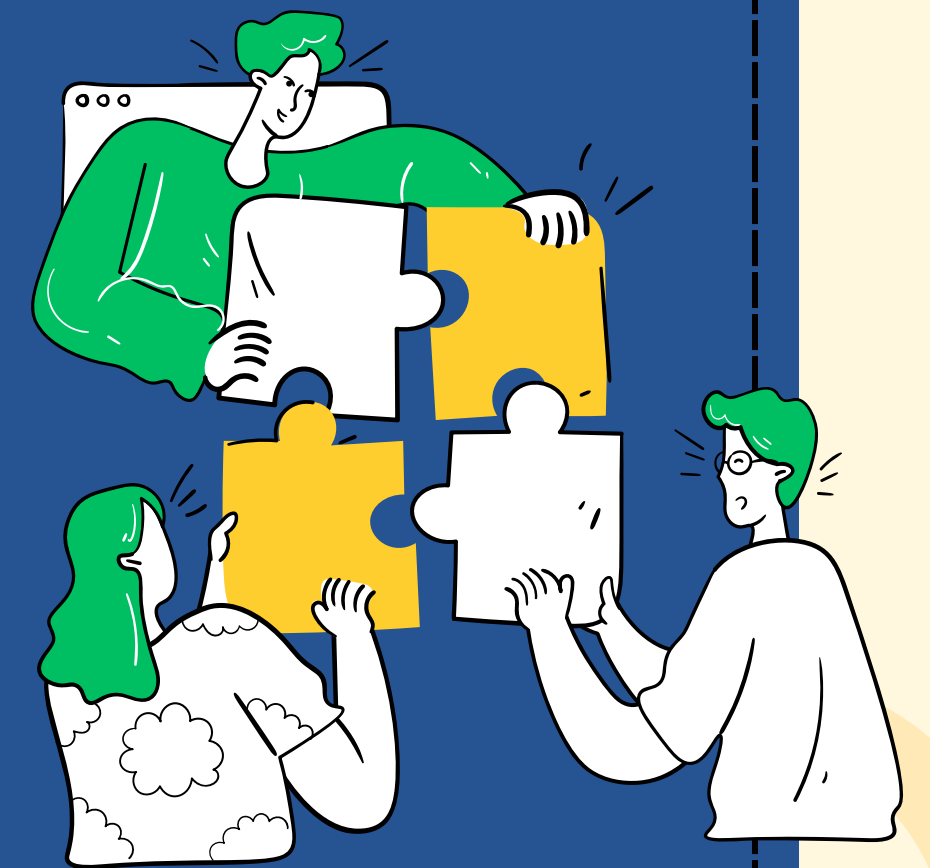
A bevonás tudományos háttere

- autonómia és téradás
- “információs előny” (kortárs kommunikáció)
- bizalom építés



A bevonás előnyei

- **Pszichológiai birtoklás** (Psychological Ownership) és **felelősségvállalás** (Stewardship) - a sajátjuknak érzik ezért önként és hitelesen népszerűsítik a programot túlmutatva a formális elvárásokon
- **Kortárs támogatás**
- **Társas elfogadás erősítése** - csoportba tartoznak, amivel "szakértőként" jelenhetnek meg
- **Promotív hang** - hiteles, személyes történeteikkel hatékonyan eloszlatják kortársaik utazási félelmeit, így szorongás helyett nyitottságot és indulási kedvet generálnak.



A részvétel útja a valódi hatás felé



Részt vesz

A tanuló jelen van a folyamatban.



Bevonják

A tanulót bevonják a tevékenységekbe.



Meghallgatják

A tanuló véleményét meghallgatják.



Véleményét kifejti

A tanuló kifejti a saját véleményét.



Javaslatot tesz

A tanuló javaslatot tesz a megoldásra.



Együtt dönt

A tanuló közösen hoz döntéseket.



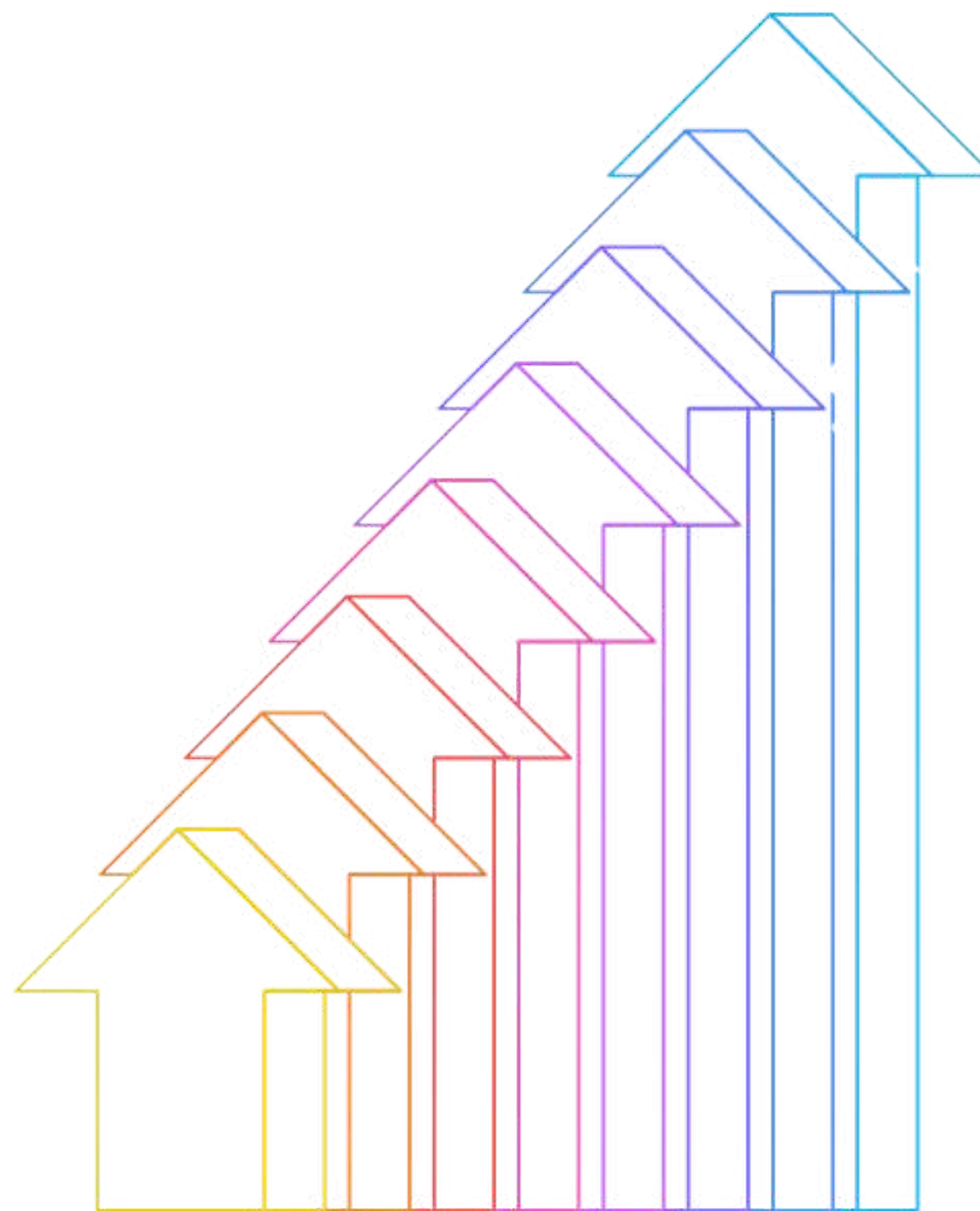
Kezdeményez és megvalósít

A tanuló kezdeményez és megvalósít projekteket.



Hatást gyakorol

A tanuló hatást gyakorol a környezetére.



A KMASZC nemzetközi kommunikációjának innovációja

Diákok bevonása a Tiktok videók készítésébe (ötlettől a megvalósításig)



A KMASZC nemzetközi kommunikációjának innovációja

Nemzetközi roadshow - a nemzetközi csapat és Erasmus+ Nagykövetek mesélnek



A KMASZC nemzetközi kommunikációjának innovációja

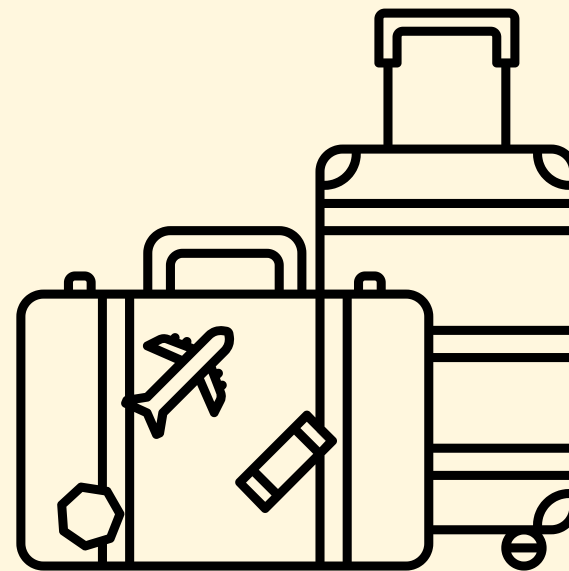
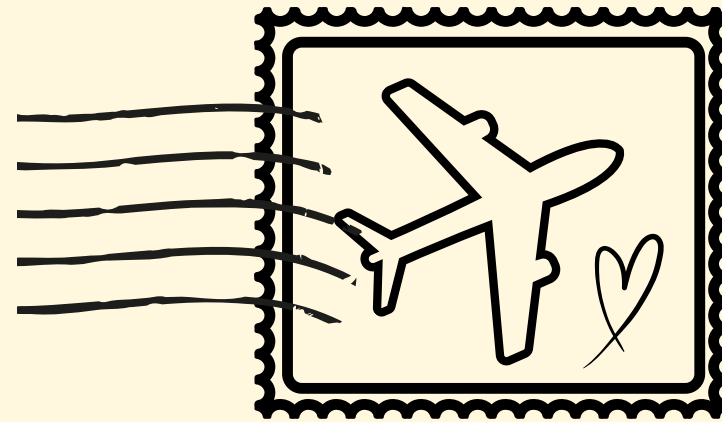
Instagram "add yours" sablonok létrehozása



A KMASZC nemzetközi kommunikációjának innovációja

Ajándékok újragondolása

Szakmában
utazunk ↗



Iskolai Nagyköveti Program

- *háttér:*
 - *1. projekt - Nemzeti Tehetség Program 2023/2024*
 - *Jean Monnet pályázat 2024*
 - *2. projekt - Jean Monnet forrás 2024/2025*
 - *3. projekt - Jean Monnet forrás - 2025/2026*
 - *4. projekt - Jean Monnet forrás - 2026/2027*
- *projekt célja:*
 - *Centrum szintű nemzetközi közösség építése*
 - *diákok hangjának felhangosítása*
- *foglalkozások tematikája:*
 - *kommunikációs tréning*
 - *eseményeken, kitelepüléseken való részvétel*
 - *karrierépítés, szimulációk*
 - *EU ismeretek bővítése*

Jó gyakorlatok

Erasmus+ Nagyköveti Program



Jó gyakorlatok

Inklúzió - Károly Márk szemével



Média Akadémia program

- Nemzeti Tehetség Program keretein belül
- projekt célja: az agrárszakképzésben tanuló fiatalok digitális és kommunikációs kompetenciáinak fejlesztése
- „Diákból tartalomkészítő” — a program üzenete az volt, hogy a fiatalok saját ötleteikkel iskolájuk legjobb nagyköveteivé válhatnak.
- foglalkozások tematikája:
 - betekintés a szerkesztés, tartalomgyártás, rendezvényszervezés világába
 - TikTok-videók, reklámforgatókönyvek, kampánytervezés
 - digitalizáció, adatvédelem, közösségi oldalak, ifjúsági lehetőségek

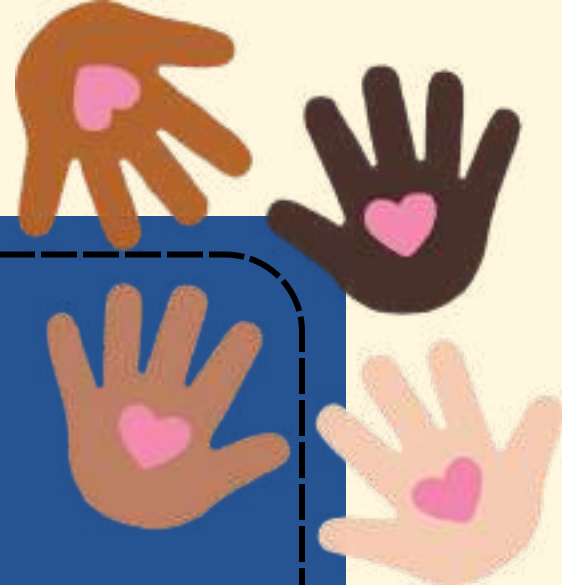
Jó gyakorlatok

Média Akadémia Program



Mi lenne, ha...?

Időkeret: 15 perc



Reflexió

- Milyen újdonságot viszel magaddal?
- Mi az, amit ebben a tanévben Te is megpróbálsz bevezetni a kommunikációba?

Kapcsolódjunk!



ELTE

