

## I. Marketing Nyílt Napok

A MATUR (Kolozsvári Magyar Marketing-Turizmus) Szakkollégium születésének első évfordulójára kétnapos rendezvénnyel készült: a szakma iránt érdeklődők március 13- 14-én első ízben vehettek részt a Marketing Nyílt Napok elnevezésű rendezvényen. Az esemény más szempontból is úttörőnek tekinthető: először nyílt alkalmuk a kolozsvári szakkolistaiknak, hogy megismerkedjenek a Budapesti Széchenyi István Szakkollégium (SziSz) tagjaival, akikkel nemrég testvér szakkollégiumi kapcsolatba léptek.

A hétvége témája a reklám volt, a kapcsolódó programok és 3 meghívott előadó mind ezt a témát járták körbe, különböző megközelítésben. A szombati megnyitó után a két szakkollégium mutatkozott be egymásnak és a nagyközönségnek: a MATUR részéről Suta Anita, a SziSz részéről Berta Zoltán beszélt a szakkollégiumi tevékenységekről.

Ezt követően Seer László, a Transindex marketingigazgatója tartott előadást *Legújabb testrésznünk és a reklám: a mobilreklámpiac anatómiája* címmel. Rámutatott az okos telefonok gombaként való terjedésére, és a bennük rejlő hatalmas reklámlehetőségekre. Megtudhattuk továbbá, hogy manapság több embernek van telefonja, mint tévéje, ezért a telefonreklámokkal sokkal nagyobb tömeget lehet elérni, mint TV-reklámokkal. Így fontos szerepet töltenek be a mobilreklámpiacon a bluetooth alapú hirdetések, amelyek a telefonunkba épített bluetoothon keresztül szolgáltatnak helyfüggő információkat, például a szomszédos utcában levő mozi programjáról.

A második előadás címe *A gazdasági válság hatása a pénzügyi intézmények reklámtevékenységére*, amelyet Kelemen Zoltán mutatott be a Transilvania Bank részéről. Tőle megtudtuk, hogy a válság hatására a bankok sokkal kevesebbet költenek reklámokra, kivéve az online teret: itt a reklámokra fordított pénzösszeg a válság hatására sem csökkent. Arról szólva, hogy milyen oldalakon érdemes reklámozni, az előadó említést tett a romániai internet felhasználók által leglátogatottabb weboldalokról. Megtudtuk, hogy ez nem más, mint a hi5.com, román oldalak közül pedig a trilulilu.ro.

A délután folyamán filmvetítésre került sor: a résztvevők megismerhették a legendás testvérpáros, a Puma és az Adidas történetét. Ezután egy félórás összeállítás következett humoros és kreatív reklámokból, és, hogy még inkább ellazuljanak a kedélyek, a szervezők játékokra buzdították résztvevőket. A jelenlevők 3 fős csapatokat alkotva összemérhették reklámismeretüket, és kiélhették kreativitásukat reklámszövegek fogalmazásában. A szombati program hajnalig tartó bulival zárult a Soul Clubban.

Vasárnap, a rendezvény utolsó felvonásaként dr. Kádár Magor, a BBTE Kommunikáció Kar tanszékvezetője tartott érdekes és szórakoztató előadást *Mitől jó a reklám?* címmel. Választ keresve a címben megfogalmazott kérdésre, kielemezte a reklámok pozitívumait és negatívumait, majd, néhány sikeres reklámspot megtekintése után a közönség reklámszókinccse egy új kifejezéssel bővíthetett: tudniillik a sikeres reklámok manapság nem azért sikeresek, mert nagyon kézenfekvőek, érthetőek és logikusak, hanem egyszerűen mert *feelingesek*. Következtetésként elmondható, hogy nincs egy konkrét recept a jó reklámokra. Egy reklám akkor jó, ha alig várjuk, hogy még egyszer megnézhessek. Ugyanez érvényes az egész nyílt napokra: jó volt, mert alig várjuk, hogy még egyszer megszervezhessük. Boldog Születésnapot, MATUR!

**I. Marketing Nyílt Napok - 2010. március**

