2025/2026-os felvételi stratégia
– kiértékelő –

Készítette:

Gödri Csilla
PR-felelős

Kolozsvár, 2026. október 30.

1. A kampányról

A Sapientia EMTE 2026-os felvételi népszerűsítése új, közös koncepció köré épülve zajlott, a ***"Veled egész a sztori!"*** szlogenre építve. A kommunikációs irány meghatározását megelőzően közvélemény-kutatásra került sor, így alakítva ki a központi üzenet(ek)et, valamint az ehhez kapocsolódó grafikai irányt. 2026-ban is özpontosítottan készített stúdiófényképeket használtunk, saját hallgatóinkkal illusztráltuk a különböző szakokat, grafikai utómunkával. A központi üzenetnek és az egységes vizuális világnak köszönhetően könnyen azonosíthatóvá, felismerhetővé vált mind online térben, mind a fizikai valójukban kihelyezett óriáspannókon az egyetem, erős jelenlétet biztosítva.

2. Felvételi tájékoztató körút

2025. november 10–14. között közel száz középiskolába látogattunk el országszerte, hogy a magyar diákoknak bemutathassuk a 2026-os szakkínálatunkat, valamint hogy miért érdemes a Sapientiát választani. A hallgatóinkból álló csapatok összesen 47 településre látogattak el, ahol 92 iskolában segítettek a magyar középiskolásoknak a pályaválasztásban, közel 4500 magyar középiskolás ismerkedhetett meg így a Sapientiával. A résztvevők közel egynegyede egy űrlap segítségével visszajelzést is adott az előadás, egyetem, felvételi tájékoztató füzet, valamint a szlogen kapcsán. Az előadás a felmérésben 5-ből 4,67-es átlagot kapott, kiemelten a hallgatók előadásmódját dicsérték, és többen jelezték, hogy a bemutató után jobban megismerték és valós opciónak látják a Sapientiát.

3. Nyílt Napok

A 2025/2026-ös tanév tavaszán újra lehetőség nyílt meglátogatni az egyetemet, személyesen fogadták a karok nyílt napokra a középiskolásokat. Az elmúlt tanévek tapasztalataira építve 2026-ban esetenként eltérő időponton szervezték a karok a rendezvénysorozatot, hogy jobban igazodjon az éves programtervhez és a környék igényeihez. Arra is törekedtünk, hogy hidat képezzünk helyszíneink között, így egy-egy, épületeinket mutató térképet helyeztünk ki, az ezeken levő QR-kódok beolvasásával virtuális sétát lehetett tenni a többi helyszínen is. A nyílt napokon kívül is rengeteg látogató érkezett a karokra.

A Csíkszeredai Karon *Légy egy napra Sapientiás!* néven hirdettek látogatási lehetőséget március két pénteki napján, melyet kiegészítettek egy április végi pénteki látogatási lehetőséggel, Kolozsváron és Marosvásárhelyen karokon a tavaszi hónapok utolsó péntekén tartottak nyílt napokat, míg Sepsiszentgyörgyön a második félév hónapjaiban az utolsó csütörtökön szerveztek látogatásokat. Az év folyamán Csíkszeredában körülbelül 650, Kolozsváron 577, Marosvásárhelyen 248, Sepsiszentgyörgyön pedig 272 látogató volt.

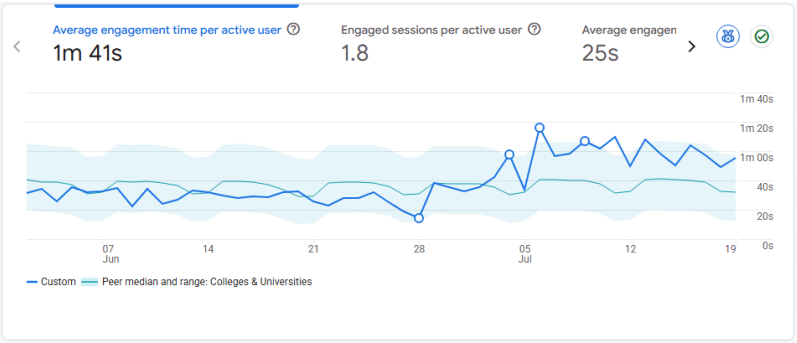
4. Educatio

A 2026. január 7–10. között zajló oktatási szakkiállításon évről évre nagyobb érdeklődést mutatnak a középiskolások egyetemünk standja iránt, visszaigazolva, hogy Magyarországon is valós továbbtanulási alternatívát jelent a Sapientia EMTE. A standunknál több mint 150 érdeklődő diák fordult meg a három nap alatt, ezeknek egy része már ismerte a Sapientia EMTE oktatási kínálatát, számos diák erdélyi kötődésével indokolta egyetemünk iránti érdeklődését. A Sapientia munkatársainak feltett konkrét kérdések jelentős része a tandíjas és tandíjmentes helyek számára, a lakhatási körülményekre, szükséges iratokra, felvételi kritériumokra és a jövőben indítandó

képzéseinkre vonatkoztak. Egyetemünkkel emellett egy szakfelismerő játék vagy virtuális séta által is megismerkedhettek az érdeklődők.

5. Online jelenlét

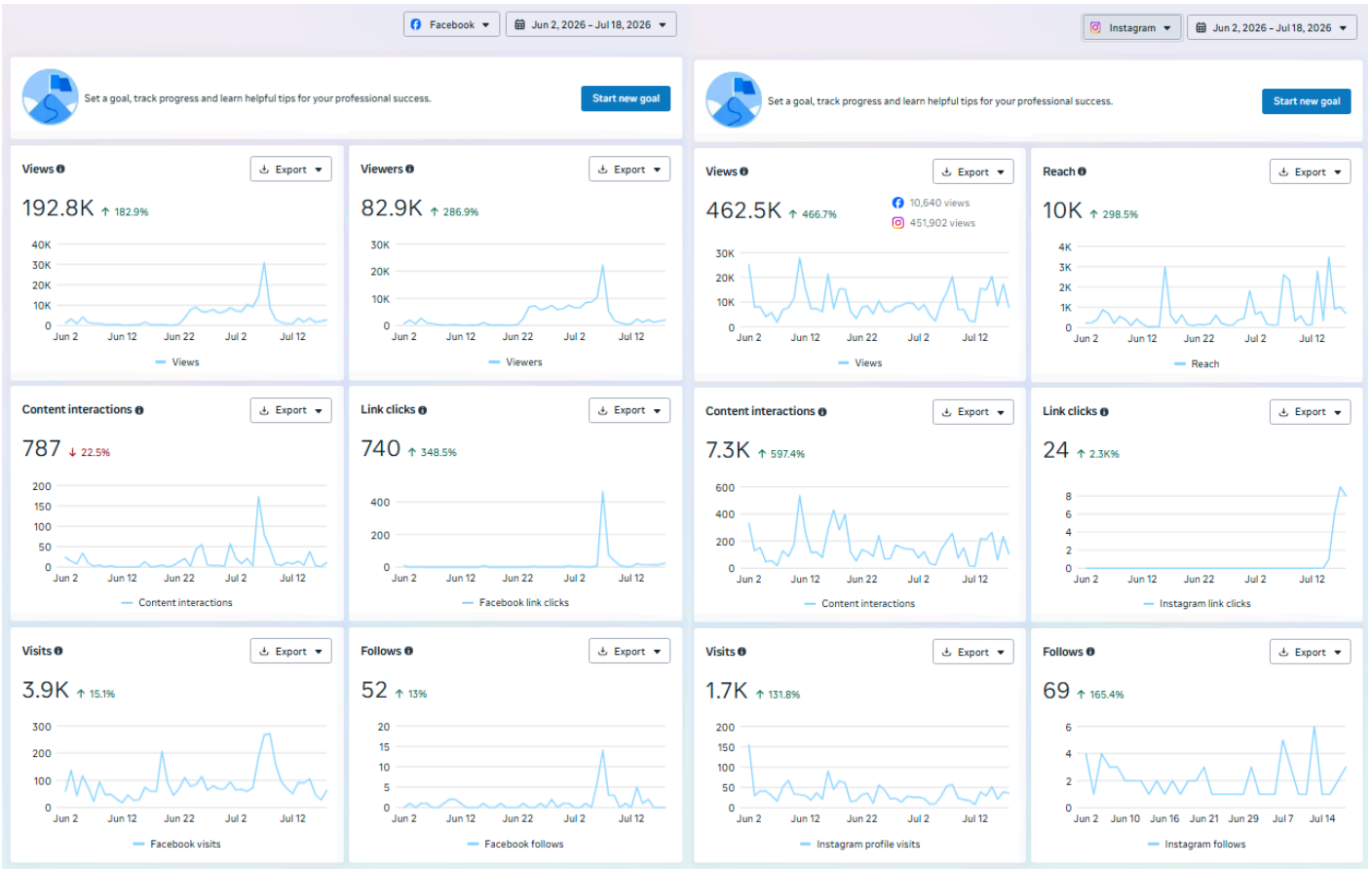
Weboldaladatok



	Page path and screen class	Views	Active users	Views per active user	Average engagement time per active user	Event count All events
	Total	33,217 100% of total	3,892 100% of total	8.53 Avg 0%	1m 41s Avg 0%	77,427 100% of total
1	/	5,229 (15.74%)	1,153 (29.62%)	4.54	30s	12,950 (16.73%)
2	/hu/neptun	4,591 (13.82%)	741 (19.04%)	6.20	22s	12,186 (15.74%)
3	/hu/oktatas/alapkepzes	2,498 (7.52%)	783 (20.12%)	3.19	1m 06s	5,210 (6.73%)
4	/hu/oktatas/hallgatoknak/neptun	1,699 (5.11%)	248 (6.37%)	6.85	25s	4,379 (5.66%)
5	/hu/felveteli/szukseges-iratok	1,401 (4.22%)	485 (12.46%)	2.89	1m 21s	3,162 (4.08%)
6	/ro/educatie/studenti/neptun	1,044 (3.14%)	235 (6.04%)	4.44	11s	2,916 (3.77%)
7	/hu	945 (2.84%)	253 (6.5%)	3.74	31s	2,327 (3.01%)
8	/ro	624 (1.88%)	280 (7.19%)	2.23	17s	1,543 (1.99%)
9	/hu/oktatas/mesterkepzes	606 (1.82%)	293 (7.53%)	2.07	32s	1,359 (1.76%)
10	/hu/oktatas/tanarkepzes	595 (1.79%)	241 (6.19%)	2.47	18s	1,254 (1.62%)

A 2025/2026-os tanév keretében a 25. évfordulóra is hangsúlyt fektettünk, mellyel egybehangzó volt az új szlogen is, mely a közösségi jelleget tükrözi. Az online csatornáinkon ennek menték erősítettünk rá a kommunikációra, egybehangolva a felvételi célcsoportjának igényeivel. Folyamatos jelenlétre és színességre törekedtünk: az oktatási helyszínek híreit, képanyagát osztottuk meg, a felvételi kapcsán pedig fizetett hirdetésekkel népszerűsítettük a Facebookon és Instagramon a fontos információkat.

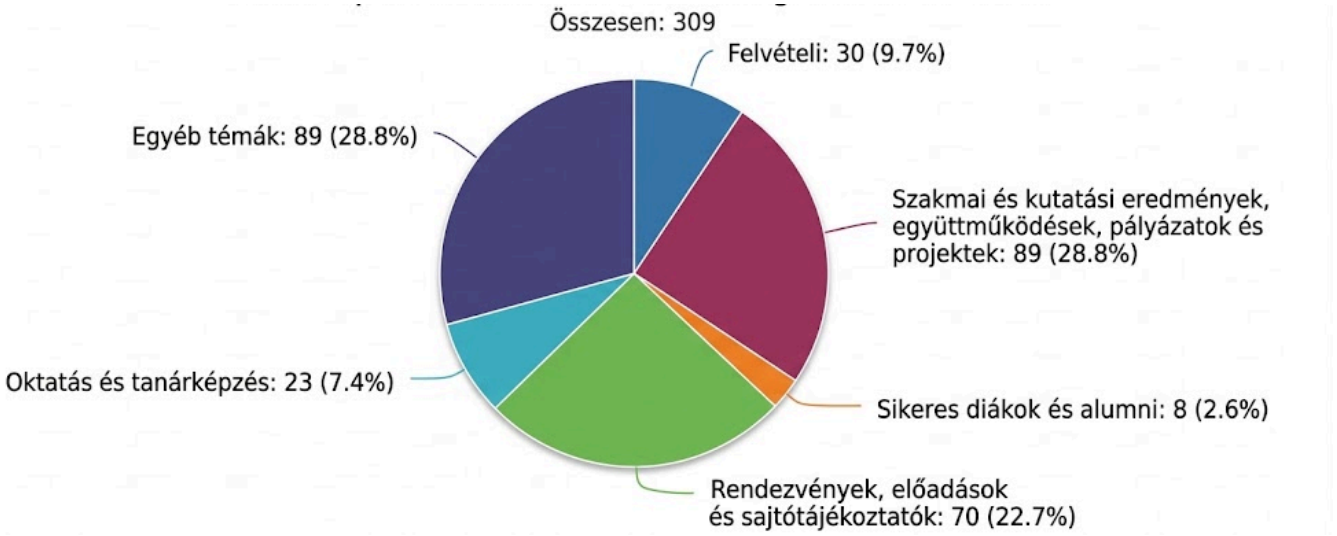
Egyetemi Facebook- és Instagram-oldalak



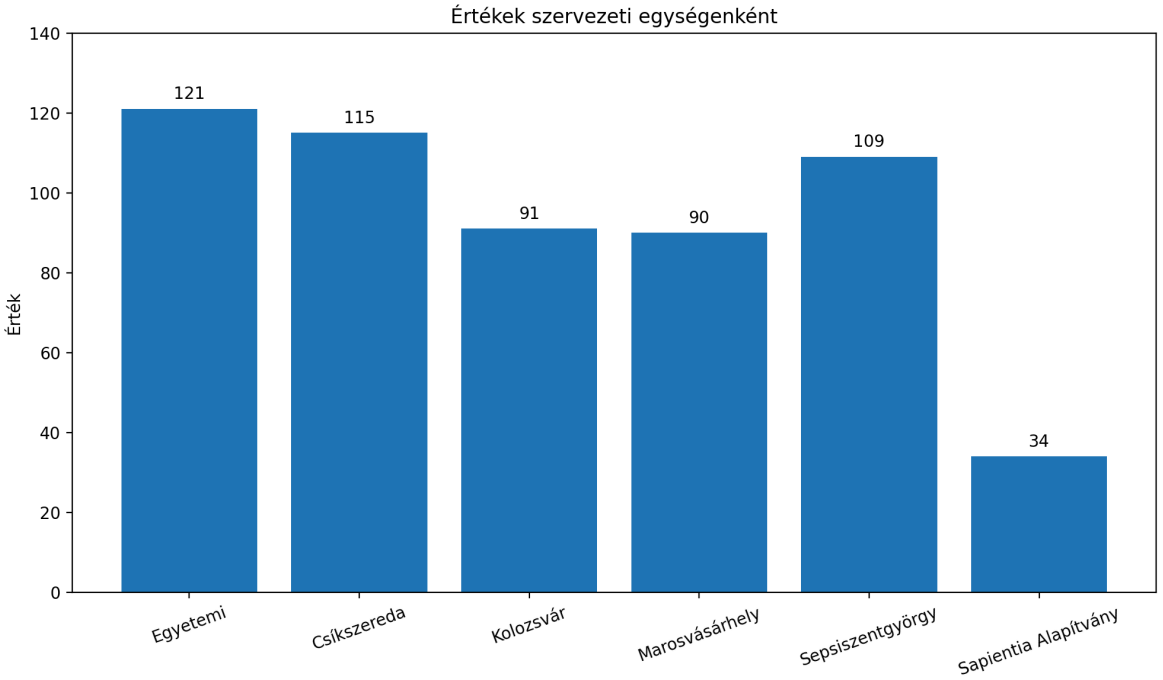
6. Sajtó és egyéb reklámfelületek

A felvételi kampány egy másik fontos eleme a sajtóban és offline való láthatóság. A felvételit megelőzően 30 napos időszakban a következő sajtóorgánumoknál futottak a felvételi arculatához igazodó webbannerek: Székelyhon.ro, Krónika, Főtér, Nőileg, Maszol, Szatmár.ro. A 2026-os felvételi kampány keretében rádióreklámokat is futtattunk: 60 megjelenést biztosított a Rádió GaGa 12 frekvenciáján és tematikus csatornáin, emellett egy Gaga- és egy Székelyhon-nyereményjáték keretében is nagyobb láthatósága lett az egyetemnek.

Fontos tágabb kontextusban is megvizsgálni azt, milyen formában, milyen tartalmakkal vagyunk jelen a különböző sajtóorgánumoknál. A 2025/2026-os tanévben 309 sajtómegjelenést sikerült összegyűjtenünk, a teljes szám valószínűsíthetően ennél jóval nagyobb, hiszen csak az online megjelenéseket tudtuk mérni, és a kulcsszavas keresés sem biztosít 100%-os eredményt a találatok terén. Ezek kapcsán kiemelendő, hogy közel 10% a felvételi kapcsán jelent meg (30).



Téma szerinti bontás



309 cikket listáztunk, ami esetenként több kart érint, így többször van számolva

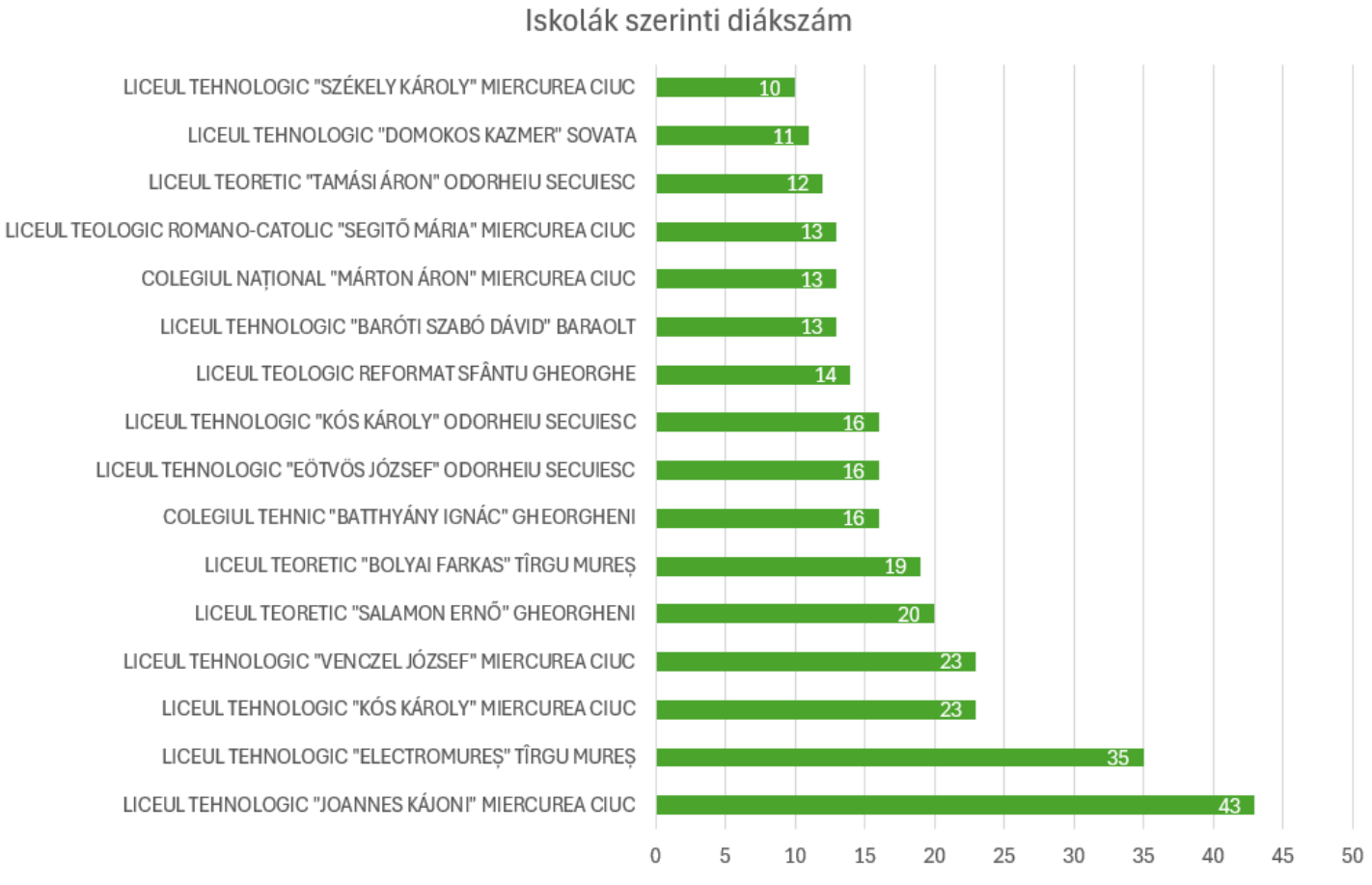
A 2026-os felvételi alkalmával a nyomtatott óriáspannókat, sikerült a pünkösdi búcsú előtt elhelyezni néhány stratégiai ponton, így nagyobb láthatóságot biztosítva az egyetemnek, ráadásul a grafikák korai leküldésének köszönhetően esetenként a kihelyezés már a szerződés első napja előtt megtörtént, plusz láthatóságot biztosítva. Több óriásreklám ki volt helyezve az őszi felvételi időszakban is.

7. Az alapképzési beiskolázásról számokról

Megye	Diákszám
Arad	1
Bákó	1
Beszterce-Naszód	2
Bihar	5
Brassó	4
Bukarest	2
Fehér	4
Hargita	282
Hunyad	2
Kolozsvár	35
Kovászna	100
külföldiek	7
Máramaros	4
Maros	137
Szatmár	9
Szilágy	4



Az egyetem képzéseire 108 középiskolából iratkoztak, 10-nél több hallgatónk a következő iskolákból érkezett:



Külföldi iskolában 14 elsőévesünk érettségizett.

8. Összegzés

A központi üzenetnek, arculatnak, egységesített kampányelemeknek köszönhetően kiemelkedhetett a Sapientia EMTE a felvételit hirdető egyetemek között, könnyen felismerhetővé váltak reklámjaink, melyek széles körben és többféle felületen futottak. Emellett a különböző rendezvényeken való személyes jelenlétnek, a nyílt napoknak és a különböző bemutatóknak köszönhetően sikerült eljuttatni az egyetem hírét.