

## Sajtóközlemény

### Valós márkák, valódi kihívások: így dolgoznak a jövő marketingesei

A Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) 2026. május 8-án ismét megrendezi nagyszabású influenszermarketing-versenyét, a **METU InFLuMarketing Challenge Day 2026** eseményt, amelynek célja a marketingkommunikációs szakma utánpótlásának gyakorlati fejlesztése, valamint az iparági szereplőkkel való közvetlen kapcsolatépítés elősegítése.

Az egész napos rendezvénynek a METU Nagy Lajos király úti campusa ad otthont, ahol közel 170, digitális marketinget tanuló nappali hallgató dolgozik majd valódi kampányokon. A résztvevők 3–6 fős csapatokban, influenszer-tartalomgyártóként versenyeznek egymással, miközben olyan meghatározó márkák és szervezetek aktuális kihívásaira keresnek kreatív megoldásokat, mint a Lidl, a Rossmann, a Dreher, a Hell vagy a Pest Vármegyei Rendőrfőkapitányság.

A verseny során a hallgatók feladata, hogy a megbízóktól kapott briefek alapján közösségimédia-tartalmakat készítsenek – többek között TikTok-videókat, Instagram-posztokat és -storykat. A csapatoknak mindössze néhány órájuk lesz a koncepcióalkotásra, a forgatásra és az utómunkára, így piacai környezetet modellezve, időnyomás alatt bizonyíthatják kreativitásukat és szakmai felkészültségüket.

A program nemcsak verseny, hanem szakmai találkozási pont is: a nap folyamán a résztvevők közvetlenül egyeztethetnek a márkák képviselőivel, valamint egy influenszermarketing témájú kerekasztal-beszélgetésen is részt vehetnek, ahol iparági szakértők osztják meg tapasztalataikat az együttműködések működéséről és a tartalomgyártás aktuális trendjeiről.

A délután folyamán szakmai zsűri – egyetemi oktatók és vállalati partnerek – értékeli az elkészült munkákat, majd ünnepélyes keretek között kerül sor az eredményhirdetésre. A legjobb csapatok értékes nyereményekben részesülnek a partnercégek jóvoltából.

A rendezvényt kötetlen fogadás zárja, amely további lehetőséget biztosít a kapcsolatépítésre és a szakmai párbeszédre.

A METU InFLuMarketing Challenge Day szervezője a [METU Marketing Műhely](#), és vezetője Dr. Dér Csaba Dezső egyetemi docens, a Marketing és Kommunikáció Intézet vezetője, aki így nyilatkozott az esemény kapcsán: *„A marketingkommunikációs szakma napról napra változik, ezért az oktatásnak is napról napra kell megújulnia. A versennyel célunk, hogy közelebb hozzuk az iparági partnereket az egyetemhez és az oktatáshoz, és építsük a jelen és jövő szakembereinek együttműködését, szakmai közösségét.”*