

Sajtóközlemény

Influmarketing Challenge Day 2025: így versenyeztek a jövő influenszerei a METU-n

Több mint 170 hallgató, 7 márka és egy teljes napnyi kreatív kihívás: május 16-án ismét megrendezésre került a Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) influenszermarketingre fókuszáló eseménye, az **Influmarketing Challenge Day**. Az egész napos program célja nemcsak az volt, hogy a hallgatók éles helyzetben mérjék össze tudásukat, hanem az is, hogy a felsőoktatás közelebb kerüljön a gyorsan változó marketingkommunikációs iparághoz.

A versenyen részt vevő csapatok neves partnermárkák – többek között a **Dreher 24**, a **Pest Vármegyei Rendőr-főkapitányság**, a **SPAR** Régiók Kincsei és SPAR Borok, a **Hell Energy**, a **DPD**, a **Rossmann** és a **Bookline** – valós marketingkommunikációs kihívásaira készítettek közösségimédia-tartalmakat. A hallgatók TikTok videókban, Instagram posztokban és storykban mutathatták meg kreativitásukat.

A versenyzők 3–6 fős csapatokban dolgoztak, egy-egy márka képviselőjével együttműködve. A márkák saját installációkkal, termékmintákkal és mentorálással is segítették a diákokat a tartalomgyártás során. A legjobb munkákat szakmai zsűri értékelt, amely a METU oktatóiból és az együttműködő partnerek szakembereiből állt.

A délután során szakmai kerekasztal-beszélgetés zajlott olyan iparági vezető szakemberek részvételével, mint **Tollas Attila** (SPAR, regionális beszerzési csoportvezető), **Buza Laura** (Rossmann, marketing kampány menedzser), **Sápi Márton** (Star Network értékesítési igazgató), **Horváth Tímea** (Hell, digitális marketing menedzser) és **Székely Gigi** (Star Network, TikTok specialista, influenszer) akik betekintést adtak az influenszermarketing valós működésébe, kihívásaiba és jövőjébe. A résztvevők így első kézből kaphattak képet arról, milyen készségekre van szükségük, ha a jövőben influenszerként szeretnének dolgozni

A beszélgetés során szó esett többek között a reklámetikáról, az influenszerek hitelességéről és az együttműködések mögötti márkastratégiákról.

A METU Influmarketing Challenge Day célja, hogy a hallgatók valós iparági környezetben próbálják ki magukat, ezáltal hidat képezve az elméleti oktatás és a szakmai gyakorlat között. Az esemény ötletgazdája, **Dr. Dér Cs. Dezső**, a Marketing és Kommunikációtudományi Intézet vezetője hangsúlyozta:

„Egyre nagyobb eltérés mutatkozik az egyetemi tananyag és a szakmai elvárások között. A METU folyamatosan azon dolgozunk, hogy áthidaljuk ezt a szakadékot.”

A nyertes csapatok nemcsak értékes visszajelzésekkel és szakmai díjakkal gazdagodtak, hanem személyes kapcsolatokkal is, amelyek a jövőbeni karrierjükben is kulcsszerepet játszhatnak.

„Kreatív és pörgős volt, fejlesztette a különböző készségeinket. Jó volt csapatban ötletelni, majd megnézni a jobbnál jobb munkákat!” – osztotta meg véleményét **Nagy Alexandra**, kommunikáció- és médiatudomány szakos hallgató.

A METU Influmarketing Challenge Day rávilágított arra, hogy a marketingoktatás jövője a **gyakorlati tapasztalaton és élményalapú tanuláson** alapul. Ez a verseny nem csupán a hallgatók szakmai fejlődését támogatja, hanem **valódi kapcsolódási pontot teremt** az egyetemi képzés és a piacvezető márkák között – így biztosítva az utánpótlás-nevelés új, hatékony irányát.