

ELTE TÓK Kommunikációs Stratégia 2025–2030

*(ESG-alapú, integrált intézményi
kommunikációs és fejlesztési akcióterv)*

**A Kari Tanács nyílt szavazással, 24 igen, 0 nem szavazattal, tartózkodás nélkül
egyhangúlag elfogadta az ELTE TÓK Kommunikációs Stratégia 2025-2030
dokumentumot.**

(Határozati szám: 2025/2026-25. sz.)



ELTE | TÓK

Dékáni előszó

Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Tanító- és Óvóképző Kara (TÓK/Kar) elkötelezett amellett, hogy kommunikációs tevékenysége tükrözze az egyetem több évszázados értékeit, szakmai kiválóságát és társadalmi felelősségvállalását. A 2025–2030 közötti időszakban különösen fontos célunk, hogy a kommunikáció a stratégiai irányítás integrált részévé váljon, amely erősíti az Egyetem és a Karunk külső megítélését, valamint támogatja az átlátható, együttműködő és innovatív intézményi kultúrát.

A kommunikáció nem csupán információátadás, hanem kapcsolatépítés, bizalomteremtés és közösségformálás. E dokumentum az ELTE TÓK kommunikációs stratégiáját határozza meg, amely az ESG (Environmental, Social, Governance) elvek mentén alakítja ki az intézményi kommunikáció rendszerét. A stratégia célja, hogy a kari és egyetemi szintű kommunikáció egységes, hiteles és fenntartható módon támogassa az oktatási, kutatási és közösségi tevékenységeket.

A kommunikációs stratégia megvalósítása csak közös munkával, az oktatók, hallgatók és munkatársak elkötelezettségével érhető el.

Hiszem, hogy e dokumentum nemcsak iránytűként, hanem közös vállalásként is szolgál az elkövetkező években.

Budapest, 2025. november

Dr. habil. Márkus Éva

ELTE TÓK dékán

1. Bevezetés és stratégiai háttér

Az ELTE Tanító- és Óvóképző Kar kommunikációs stratégiája a kari és egyetemi célkitűzésekre építve határozza meg a kommunikáció fejlesztési irányait. A dokumentum célja, hogy a kommunikációs tevékenységet tudatos, szervezett és fenntartható módon illessze az ELTE hosszú távú stratégiájába.

A stratégia alapját képező elvek:

- **Átláthatóság:** minden kommunikációs folyamat világos, követhető és hiteles legyen.
- **Egységesség:** a kari és egyetemi üzenetek összhangban álljanak egymással.
- **Fenntarthatóság:** a kommunikáció illeszkedjen az ESG alapelvekhez, elősegítve a környezeti és társadalmi felelősséget.
- **Partnerség:** a belső és külső szereplők bevonása a kommunikációs folyamatokba.

Az ELTE TÓK kommunikációs stratégiája nemcsak információs eszköztár, hanem fejlesztési keretrendszer is, amely támogatja:

- a **HR-stratégiát** (belső információáramlás, munkavállalói elégedettség, belső elkötelezettség),
- a **kutatási stratégiát** (tudományos eredmények disszeminációja, reputációépítés),
- a **képzési programfejlesztést** (hallgatói tájékoztatás, oktatói kommunikáció),
- és a **nemzetköziesítési stratégiát** (nemzetközi kapcsolatok, mobilitás, láthatóság).

A kommunikáció így nem különálló terület, hanem az intézményi működés egyik **kulcstengelye**, amelyen keresztül az ELTE TÓK értékei, céljai és eredményei megfelelő módon jutnak el a társadalom minden érdekeltjéhez.

2. Helyzetelemzés

Az ELTE TÓK kommunikációs rendszere az elmúlt években fejlődést mutatott, különösen a digitális jelenlét, a közösségi média és az eseménykommunikáció terén. Az intézmény kiemelt figyelmet fordít a középiskolások, egyetemi hallgatók elérésre, a szakmai partnerekkel való kapcsolattartásra és a nemzetközi láthatóság növelésére.

ELTE TÓK Kommunikációs helyzettérképe:

https://www.tok.elte.hu/dstore/document/2645/ELTE_T%C3%93K_kommunik%C3%A1ci%C3%B3s_strat%C3%A9gia%20tervezet.pdf

Az ELTE TÓK oktatói és oktatás-kutatást támogató személyzetének **SWOT-elemzése** összefoglalja a kommunikáció jelenlegi helyzetét:

Kategória	Tartalom
Erősségek	Elismert szakmai hírnév, összetartó közösség, növekvő digitális jelenlét
Gyengeségek	Széttagolt-csatornák, arculati következetlenségek, belső információs szigetek

Kategória	Tartalom
Lehetőségek	Nemzetköziesítés, digitális innováció, ESG-kommunikáció fejlesztése, partnerségi háló bővítése
Veszélyek	Információs túlterheltség, gyorsan változó médiakörnyezet, reputációs kockázatok

Az elemzés alapján a legnagyobb kihívás a **kommunikációs csatornák integrálása**, valamint a **belső és külső kommunikáció közötti szinergiák** erősítése. Ehhez szükséges a központi irányítás, a digitális eszközrendszer, MI okos használat fejlesztése és az egységes üzenetmenedzsment.

3. A kommunikáció stratégiai szerepe és kapcsolódása más kari stratégiákhoz

A kommunikáció a szervezet egyik legfontosabb összetartó ereje. Az ELTE TÓK esetében a kommunikációs stratégia **híd** a különböző stratégiai alrendszerek között, biztosítva az egységes irányt és a szervezeti tanulást.

Kapcsolódások:

- **HR-stratégia:** a kommunikáció támogatja a belső lojalitást, a munkatársi elismerést és az intézményi identitást.
- **Kutatási stratégia:** biztosítja a tudományos eredmények láthatóságát (pl. *Kutatók Éjszakája, Tudományünnep*).
- **Nemzetköziesítési stratégia:** növeli a nemzetközi láthatóságot, idegen nyelvű tartalmak és partnerségek támogatásával.
- **Képzési programfejlesztés:** segíti a hallgatói toborzást, a szakmai tájékoztatást és a felvételi kommunikációt.

A kommunikáció így nemcsak támogató funkció, hanem **stratégiai irányítási eszköz**, amely hozzájárul az intézmény hírnevének, stabilitásának és társadalmi beágyazottságának erősítéséhez.

4. Stratégiai célok és alprogramok

Az ELTE TÓK kommunikációs stratégiájának középpontjában az **integrált, hiteles és fenntartható intézményi kommunikáció** áll. A stratégiai célok meghatározzák az irányt, amely mentén a kar fejleszti kommunikációs tevékenységét, illeszkedve az egyetemi szintű célokhoz.

4.1. Fő stratégiai célok

1. Az ELTE TÓK hírnevének és láthatóságának növelése

- Tudatos márképítés az ELTE egységes arculatán belül, a Kar saját értékeinek hangsúlyozásával.
- A TÓK oktatási és tudományos eredményeinek bemutatása célzott kampányokban.

Példa: *TÓK Nyílt Napok, Tudományos Diákköri Konferencia, Oktatási Innovációs Napok bevezetése. Tudomány napi rendezvények és Kutatók éjszakája, valamint a Nyári egyetemen a TÓK eredményeinek prezentálása.*

2. A belső kommunikáció hatékonyságának növelése

- Egységes, kétirányú kommunikációs csatornák működtetése (intranet /ahogy bevezetésre kerül/, Teams, hírlevelek).
- A dolgozói tájékoztatás és visszacsatolás rendszeresítése.

Példa: havi „*TÓK Fórum*” online munkatársi és hallgatói tájékoztató bevezetése. A Figyelünk rád! hallgatói-oktatói fórum hagyományainak továbbvitele

3. A hallgatói élmény és elköteleződés erősítése

- A hallgatók bevonása a kommunikációs folyamatokba (hallgatói nagykövet program, tartalomkészítés).
- Interaktív közösségi média kampányok, eseményvideók, podcast-sorozatok.

Példa: „*Hallgató a TÓK-on*” Instagram-sorozat, „híres-influenszer” volt hallgatóink bemutatása

4. Tudományos kommunikáció és reputációépítés

A kutatási eredmények láthatóságának növelése szakmai és médiacsatornákon keresztül.

Tudományos események, interjúk, kutatói portrék kommunikációja.

Példa: *Kutatók Éjszakája, ELTE Tudósai* portrészorozat honlapon való megjelenítése. Önkormányzattal együttműködve „TIT” szintű ismeretterjesztés kutatási területeinkről a XII. kerület különböző rendezvényein, fórumain, erősítve a lokális szerepet is.

5. ESG-kommunikáció és fenntarthatósági szemlélet elmélyítése

- Az egyetemi fenntarthatósági célok kommunikálása és integrálása a napi működésbe.
- Zöld kampányok, energiatakarékos akciók, közösségi projektek.
- Példa: *ESG-hét, Zöld TÓK* kezdeményezés, *Fenntartható Közösség* workshop-sorozat.

4.2. Stratégiai alprogramok

Alprogram	Cél	Főbb tevékenységek
Digitális jelenlét	Az online elérés növelése	Weboldal és közösségi média optimalizálása
MI okos használat fejlesztése		
Tudományos kommunikáció	Kutatási eredmények láthatóvá tétele	Sajtókapcsolatok, interjúk, tudósportál

Alprogram	Cél	Főbb tevékenységek
Hallgatói kommunikáció	Hallgatói közösségek aktivizálása	Hallgatói nagykövetek, eseménykommunikáció
Belső kommunikáció fejlesztése	Információáramlás javítása	Intranet, belső hírlevél, fórumok
ESG-érzékenyítés (ESG-koordináció*)	Fenntartható szemlélet erősítése	Zöld kampányok, oktatási projektek

* Az *ESG koordinátor* (vagy ESG vezető / ESG manager) egy szervezeten belüli szakember, aki azért felel, hogy a cég működése és kommunikációja összhangban legyen az ESG elvekkel:

- E – Environmental (környezeti hatások)
- S – Social (társadalmi felelősségvállalás)
- G – Governance (irányítási, etikai és transzparenciával kapcsolatos normák)

Mit jelent ez kommunikációs stratégia szempontból?

Az ESG koordinátor:

- Összegyűjti és ellenőrzi a Kar környezeti, társadalmi és etikai teljesítményéről szóló adatokat (pl. karbonlábnyom, munkahelyi diverzitás, etika).
- Biztosítja, hogy a kommunikáció hiteles legyen – vagyis amit a Kar állít, az tényleg igazolt.
- Egységes üzeneteket alakít ki a Kar kommunikációs csapatával, HR-rel, fenntarthatósági szakértőkkel.
- Külső riportokat és jelentéseket koordinál, pl. fenntarthatósági jelentés, ESG beszámoló.
- Segít megtalálni azokat az értékeket és történeteket, amelyekből a kommunikáció építkezni tud (pl. társadalmi programok, átlátható működés).

5. Célcsoportok és érintetti térkép

A hatékony kommunikáció alapja a pontosan meghatározott célcsoportok és az érintetti kapcsolatrendszer feltérképezése. Az ELTE TÓK kommunikációja több szinten működik, eltérő célokkal és üzenetekkel.

5.1. Belső célcsoportok

- Oktatók és kutatók: hiteles tájékoztatás, szakmai eredmények megosztása.
- Hallgatók: aktív tájékoztatás, hallgatói élmény erősítése, ösztönző tartalmak.
- Adminisztratív dolgozók: folyamatos információáramlás, egységes belső kommunikációs fórumok.
- Kari vezetés: döntéstámogató kommunikáció, belső stratégiai jelentések.

5.2. Külső célcsoportok

- Felvételizők és szülők: hiteles tájékoztatás a képzésekről, pályaválasztási/szakválasztási felület fejlesztése.
- Alumni: kapcsolatépítés, életpálya-bemutató, adományozási és szakmai hálózatok.
- Média és partnerek: sajtókapcsolatok, szakmai együttműködések, rendezvénykommunikáció.
- Nemzetközi intézmények: angol nyelvű tartalmak, csereprogramok, közös kutatási és oktatási (BIP, double degree) projektek.
- Önkormányzat: részvétel lokális közösségekben, programok megosztása és támogatása, részvétel a kerületi kommunikációban is.

6. Kulcsüzenetek és narratíva

Az ELTE TÓK kommunikációjának központi üzenetei az egyetem értékein és a Kar küldetésén alapulnak. A cél, hogy az üzenetek minden csatornán konzisztensen jelenjenek meg, egyszerre képviselve a szakmai minőséget és az emberközpontúságot.

6.1. Fő üzenetek

- „Legmagasabb szinten a legkisebbekért.”
- „Tudás, amely jövőt formál.”
- „Tradíció és innováció találkozása.”
- „Egyetem, ahol a hallgató a középpontban van.”
- „Fenntartható tudás – felelős jövő.”

6.2. Narratív irányok

- Szakmai hitelesség: a pedagógusképzés, nevelés- és bölcsészettudomány illetve kutatás területén.
- Közösségi elköteleződés: az ELTE TÓK mint támogató, befogadó közeg. Közösségfejlesztés tanítása, mint pedagógiai cél.
- Nemzetköziség: nemzetközi partnerségek és hallgatói mobilitás.
- Fenntarthatóság: az ESG-alapú működés és fenntartható egyetem koncepció.

A kommunikáció célja nem csupán az információközlés, hanem élmény és értékteremtés – minden egyes üzenetnek az intézményi identitást és erre való nevelést kell erősítenie.

7. Kommunikációs csatornák és eszköztár

Az ELTE TÓK kommunikációs hálózata több szinten működik, lefedve a digitális, személyes és médiakapcsolati területeket.

7.1. Digitális csatornák

- Hivatalos kari weboldal (elte.hu/tok) – fő tájékoztatói felület.
- Közösségi média: Facebook, Instagram, YouTube
- Hírlevelek: kari, alumni, nemzetközi hírlevelek.
- Online eseményplatformok: Teams, YouTube Live.
- Podcast- és videósorozatok (angolul is): *TÓK Beszélgetések, Oktatás és Innováció.*

7.2. Belső kommunikációs eszközök

- Intranet (belső dokumentumkezelés és hírek).
- Havi belső hírlevél, Belső tájékoztató
- Teams-csatornák tematikus bontásban.
- Figyelünk rád!
- „TÓK Fórum” online munkatársi tájékoztató,

7.3. Külső kommunikációs eszközök

- Sajtókapcsolatok és médiapartnerségek.
- Eseménykommunikáció: *Nyílt Napok, Tudományünnep, Kutatók Éjszakája.* ELTEFESZT, Educatio,
- Digitális kampányok: felvételi időszakban célzott közösségi hirdetések.
- A csatornák összehangolt működtetése a stratégiai dékánhelyettes és az ESG-koordinátor közös feladata, az éves akcióterv alapján.

8. Arculati és vizuális irányelvek

Az ELTE TÓK arculati megjelenése az ELTE egységes vizuális identitásrendszeréhez igazodik, amely a „**Tradíció és innováció**” elvén alapul. A kari kommunikáció célja, hogy mind külső, mind belső megjelenéseiben egységes, hiteles és professzionális képet közvetítsen.

8.1. Vizuális arculat fő elemei

- **Színek:** ELTE TÓK színei
- **Betűtípusok:** Roboto és Arial, Open Sans, egységes tipográfiai hierarchiával.
- **Logóhasználat:** az ELTE és a TÓK logó mindig együtt, megfelelő térközzel és méretarányal jelenik meg.
- **Képi világ:** emberekre fókuszáló, befogadó és közösségközpontú fotók, a tanulás és fejlődés értékeit bemutatva.

8.2. Kommunikációs stílus

- **Szakmai, de közérthető:** a tudományos és oktatási tartalmakat érthetően, elérhetően kell kommunikálni.
- **Barátságos, hiteles, együttműködő:** a kommunikáció tükrözze az ELTE TÓK emberközpontú szemléletét.
- **Nemzetközi kompatibilitás:** az angol nyelvű tartalmak formai és vizuális konzisztenciájának biztosítása.

8.3. Arculat és identitás integrálása

- **AI-GDPR** (a megjelenések és a kommunikáció GDPR szempontú megfelelése, az AI alkalmazásának irányelvei (összhangban az ELTE-steratégiával) a kommunikációs folyamatokban

A vizuális arculatot minden kommunikációs csatornán – web, közösségi média, nyomtatott anyagok, rendezvények – egységesen kell alkalmazni. Az arculat nem csupán

formai elem, hanem a **kar identitásának vizuális kifejezése**. A „Legmagasabb szinten a legkisebbekért” mottó minden megjelenés központi értéküzeneteként funkcionál.

9. ESG-kommunikációs stratégia

Az ESG (Environmental, Social, Governance) alapú kommunikáció célja, hogy az ELTE TÓK tevékenységei megfeleljenek a fenntarthatóság, társadalmi felelősségvállalás és átlátható irányítás elveinek. Ez a szemlélet nem külön program, hanem **átfogó működési keret**, amely minden kommunikációs tevékenységet áthat.

9.1. Környezeti (Environmental) kommunikáció

- **Cél:** a környezettudatos működés és oktatás láthatóvá tétele.
- **Üzenetek:** „Fenntartható jövőt építünk”, „Papírmentes adminisztráció – zöld egyetem”.
- **Tevékenységek:**
 - *Zöld TÓK* program kommunikálása (energiatakarékosság, szelektív hulladékgyűjtés).
 - *ESG-hét* és *Zöld Napok* rendezvények bemutatása.
 - Fenntarthatósági workshopok, hallgatói projektek kommunikációja (pl. „Fenntartható Tanítás Műhely”).
 - Környezetbarát digitális kommunikáció (PDF helyett online tájékoztatók, minimalizált nyomtatás).

9.2. Társadalmi (Social) kommunikáció

- **Cél:** a közösségépítés, esélyegyenlőség és befogadás értékeinek láthatóvá tétele.
- **Üzenetek:** „Közösség, ahol mindenki számít”, „Támogató tanulási környezet”.
- **Tevékenységek:**
 - Hallgatói életút-történetek bemutatása („TÓK Arcok” sorozat).
 - *Oktatói Mentortér* és *Hallgatói Segítő Program* népszerűsítése.
 - Esélyegyenlőségi napok, interkulturális események kommunikációja.
 - Belső képzések és tréningek az inkluzív kommunikációról.

9.3. Irányítási (Governance) kommunikáció

- **Cél:** az átláthatóság és etikus kommunikáció erősítése a döntéshozatal minden szintjén.
- **Üzenetek:** „Hiteles tájékoztatás – felelős döntések”.
- **Tevékenységek:**
 - A kari döntések és fejlesztési tervek nyilvános kommunikációja.
 - Adatvédelmi, etikai és felelősségi nyilatkozatok frissítése és közérthető kommunikálása.
 - Etikus kommunikációs kódex bevezetése (pl. közösségi médiában való megszólalás irányelvei alapján).
 - Problémakezelő kisokos megalkotása

- Rendszeres *Transzparencia-jelentés* kiadása az éves kommunikációs eredményekről.

Az ESG-kommunikációs stratégia az intézmény minden területén azonos szintű prioritást élvez, és a kari stratégiai dékánhelyettes és Kommunikációs Bizottság, az ESG-koordinátor, valamint a HR- és kutatási stratégiai munkacsoportok közös felelőssége.

10. Rekrutációs kommunikáció

Pedagóguspálya értékeinek bemutatása

- pl. hivatástudat, gyermekekkel való munka öröme, társadalmi hasznosság.

Motivációs- miért érdemes pedagógusnak tanulni

- továbbképzési lehetőségek
- közösségi szerep
- „valódi változást hozol mások életébe”

Képzések bemutatása

- képzési struktúra, szakirányok, gyakorlati képzések.

Megszólítani és motiválni a célcsoportot

- középiskolások, érettségizők
- pályaváltók
- pedagógusasszisztensek, akik továbbtanulnának

Megfelelő kommunikációs csatornák használata

- egyetemi nyílt napok
- pályaorientációs rendezvények
- közösségi média (TikTok, Instagram, Facebook)
- karrierweboldalak
- inspiráló videók és történetek pedagógusoktól

11. Válságkommunikáció és reputációmenedzsment

A válságkommunikáció célja, hogy krízishelyzetekben az ELTE TÓK gyorsan, összehangoltan és hitelesen reagáljon, minimalizálva a reputációs kockázatokat. A válsághelyzetek lehetnek operatív (pl. rendszerszintű hibák), reputációs (pl. sajtóvisszhang), vagy belső (pl. konfliktus, adatvédelmi incidens) jellegűek.

11.1. Válságkommunikációs alapelvek

- **Gyorsaság:** az első hivatalos tájékoztatás legfeljebb 2 órán belül történjen meg.
- **Hitelesség:** csak ellenőrzött információk kerüljenek kiadásra.
- **Következetesség:** minden csatornán egységes üzenetek.
- **Empátia:** a kommunikáció emberközpontú, de tényszerű legyen.
- **Előzetes tervezés:** trendkutatás kedvezőtlen folyamatok és események ellensúlyozására

11.2. Válságkommunikációs protokoll

- A helyzet azonosítása és a stratégiai dékánhelyettes tájékoztatása.

- Krízismunkacsoport összehívása (dékán, stratégiai dékánhelyettes és Kommunikációs Bizottság elnöke, jogi tanácsadó).
- Központi üzenet megfogalmazása.
- Külső és belső tájékoztatás külön csatornákon.
- Utólagos értékelés és tapasztalatelemzés.

11.3. Előre kidolgozott sablonok

- Sajtóközlemény vészhelyzet esetén.
- Belső hírlevél rendkívüli helyzetről.
- Közösségi média krízisüzenet sablon.

A válságkommunikációban kulcsszereplők: dékán, stratégiai dékánhelyettes és Kommunikációs Bizottság elnöke

12. Mérés, monitoring és visszacsatolás

A kommunikációs tevékenységek hatékonysága csak objektív adatok alapján értékelhető. Az ELTE TÓK a kommunikációs eredményeket éves monitoringjelentésben összesíti, amely tartalmazza a kvantitatív és kvalitatív mutatókat.

12.1. Kulcs teljesítménymutatók

Terület	Mutató	Mérési mód	Értékelési gyakoriság
Digitális elérés	Web- és közösségi média megjelenések száma	Google Analytics, Meta Insights	Negyedéves
Aktivitás	Megosztások, reakciók, hozzászólások	Platformstatisztika	Havi
Hallgatói elégedettség	Kommunikációs elégedettségi index	Online kérdőív	Éves
Sajtómegjelenések	Cikkek, interjúk száma	Médiafigyelés	Negyedéves
ESG-tevékenységek	Fenntarthatósági események száma	ESG-riport	Éves

12.2. Visszacsatolás és fejlesztés

- Az eredmények alapján éves kommunikációs audit készül.
- A tanulságokat a *Kari Kommunikációs Bizottság* értékeli.
- Az új célok beépülnek a következő év akciótervébe.

Ezek adják a stratégia **operatív, végrehajtási alapját**, tehát ez a rész már akciótervként is használható.

13. Felelősségi struktúra és munkakörök

Az ELTE TÓK kommunikációs stratégiájának sikeres megvalósítása több szervezeti egység és szerepkör összehangolt munkáját igényli. A felelősségi struktúra célja, hogy minden

kommunikációs folyamatnak legyen egyértelmű felelőse, és az információáramlás átlátható legyen.

13.1. Főbb szerepkörök és feladatok

Munkakör	Fő feladat	Kapcsolódó stratégiai terület
Stratégiai dékánhelyettes	A teljes stratégia megvalósításának irányítása, kampányok és sajtókapcsolatok felügyelete.	Stratégiai és válságkommunikáció
ESG-kommunikációs koordinátor	Fenntarthatósági és társadalmi felelősségvállalási üzenetek koordinálása, ESG-jelentések.	ESG-kommunikáció
Digitális kommunikációs szakértő	Online tartalomkészítés, közösségi média menedzsment, adatvezérelt elemzések.	Digitális és ifjúsági kommunikáció
Belső kommunikációs referens	Munkatársi és hallgatói tájékoztatás, intranet, hírlevelek, Teams-fórumok.	HR és Kommunikációs Bizottság
Kutatáskommunikációs referens	Tudományos eredmények disszeminációja, kutatói PR és sajtókapcsolatok.	Kutatási stratégia
Hallgatói nagykövetek	Hallgatói hang megszólaltatása, közösségi tartalmak előállítás.	Hallgatói kommunikáció
Kari szóvivő	Krízishelyzetekben hivatalos kommunikációs képviselő.	Válságkommunikáció
HR	Belső motivációs és elégedettségi programok kommunikációjának felügyelete.	HR-kommunikáció

13.2. Felelősségi elv

A kari kommunikációs rendszer az **„egy üzenet – több hangon”** elv alapján működik:

- minden stratégiai terület a saját szakterületén kommunikál,
- az üzeneteket a kommunikációs dékánhelyettes és a Kommunikációs Bizottság elnöke egységesíti,
- a dékán a kommunikáció stratégiai irányának végső felelőse.

14. Éves ütemezés és akcióterv

A kommunikációs stratégia megvalósítása **éves terv alapján** történik, amely időszakos célokat, eseményeket és kampányokat határoz meg. Az ütemezés biztosítja, hogy az intézményi kommunikáció ciklikusan illeszkedjen az egyetemi naptárhoz.

Időszak	Fő esemény Fókuszterület Felelős
Január-Február	
Március-Április	
Május-Június	
Július-Augusztus	
Szeptember	
Október	
November-December	

Az akcióterv rugalmasan igazodik az aktuális eseményekhez és az egyetemi prioritásokhoz, de minden évben tartalmaz kötelező kampányokat és ESG-kommunikációs elemeket.

15. Mellékletek

15.1. Kommunikációs mutatószámok (KPI*-tábla)

Terület	Mutató	Mérési módszer
Digitális elérés	Weboldal látogatottság	Google Analytics
Közösségi média aktivitás	Interakciók, elérések	Meta Insights
Hallgatói elégedettség	Kommunikációs felmérések	Online kérdőív
Sajtómegjelenések	Megjelent cikkek/interjúk száma	Médiafigyelés
ESG-események	Fenntarthatósági rendezvények	ESG-riport

15.2. Felelősségi mátrix

Terület	Fő felelős	Támogató egység	Kapcsolódó KPI*
Stratégiai kommunikáció	Kommunikációs vezető	Dékán, koordinátor	ESG- Elérés, sajtómegjelenés
Digitális kommunikáció	Digitális szakértő	Hallgatói nagykövetek	Online aktivitás
Kutatási kommunikáció	Kutatáskommunikációs referens	Tudományos Bizottság	Kutatási láthatóság
ESG-kommunikáció	ESG-koordinátor	HR, Kommunikáció	ESG-események
Belső kommunikáció	HR	Belső referensek	Elégedettségi index

* KPI (Key Performance Indicator) magyarul **Kulcs Teljesítménymutató**. A **KPI-tábla** a kommunikáció *mérési rendszere*, amely objektív számokkal mutatja meg, hogy **jó irányba megyünk-e**.

Az ELTE TÓK Kommunikációs Stratégiája 2025–2030 az intézmény átfogó fejlesztési és működési keretének szerves része. A stratégia nem csupán irányelveket, hanem konkrét cselekvési terveket tartalmaz, amelyek elősegítik az **átlátható, hiteles és fenntartható kommunikációs kultúra** megvalósítását. A siker feltétele a folyamatos együttműködés, a vezetés elkötelezettsége és minden kari szereplő aktív részvétele.