

# KOMMUNIKÁCIÓS TERV

0.0 verzió

## PROJEKT:

Hallgatói és intézményi szolgáltatásfejlesztés a felsőoktatásban  
A minőségi és korszerű felsőoktatásért a Szent István Egyetemen

**Készítette: ACCORD Bt.**

## KÓDSZÁM:

**TAMOP-4.1.1/A-10/1/KONV**

## KITERJED A SZENT ISTVÁN EGYETEM KÖVETKEZŐ KARAIRA:

Alkalmazott Bölcsészeti Kar (Jászberény)

TEK Víz- és Környezetgazdálkodási Kar (Szarvas)

TEK Pedagógiai Kar (Szarvas)

TEK Gazdasági Kar (Békéscsaba)

Egészségtudományi – és Környezetegészségügyi Intézet (Gyula)

*A tájékoztatásra és nyilvánosságra vonatkozó követelményeket a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség ([www.nfu.hu](http://www.nfu.hu)) honlapjáról letölthető „Kedvezményezettek tájékoztatási kötelezettségei” című dokumentum, valamint az „Arculati Kézikönyv” tartalmazza.*

*A Szent István Egyetem a projekt megvalósítása során a pályázati dokumentáció részét képező és a fentiekben hivatkozott „Kedvezményezettek tájékoztatási kötelezettségei” című dokumentumban szereplő, III. számú kommunikációs csomagot köteles megvalósítani, továbbá a fentiekben hivatkozott „Arculati Kézikönyvben” szereplő „C” típusú tájékoztatási táblát köteles elhelyezni a projekt megvalósításának helyszínén/ helyszínein.*

# 1. HELYZETELEMZÉS

Jelen kommunikációs terv célja, hogy a projekt megvalósítását elősegítse, támogassa és a projekt előrehaladásáról, valamint a projekt keretein belül létrejött eredményekről az érintettek számára információt, tájékoztatást nyújtson a kommunikáció megfelelő eszközeivel.

A projekt célja, hogy korszerű **szervezetirányítási rendszeren alapuló** minőségi **felsőoktatási tevékenységek és kapcsolódó szolgáltatások kerüljenek bevezetésre.**

A projekt keretében tevékenységcsoportokon belül az alábbi tevékenységek és feladatok kerülnek megvalósításra:

**I. Munkaerő-piaci felmérések és kapcsolattartás keretében** egyik fő feladatként olyan nyilvántartási és folyamatkövetési rendszer fejlesztésére kerül sor, amely lehetővé teszi munkaerő-piaci felmérések, elemzések összehangolását, információcsere csatornáinak kialakítását, fejlesztését, munkaerő-piaci adatbázisok fejlesztését. Hatékony együttműködéseket kívánunk kialakítani a régió munkaerő-piaci szereplőkkel.

**II. Gyakorlati oktatás fejlesztése** során a SZIE alkalmazott bölcsészeti, gazdasági, pedagógiai, vízgazdálkodási karainak, valamint egészségügyi intézetének, tanüzemeiben, laboratóriumaiban hajtunk végre a gyakorlati képzést közvetlenül szolgáló korszerű eszközbeszerzéseket, technológiai fejlesztéseket. A fejlesztésekhez kapcsolódó képzésekre, betanításokra, oktatás-módszertani felkészítésekre is sor kerül.

**III. Minőségirányítási rendszerek fejlesztésekor** megtörténik a SZIE ISO 9001/2009, az ISO 14001/2005 és ISO/IEC 27001/2006 szabványok szerinti MIR, KIR, IBIR irányítási rendszerek integrált kiépítése, bevezetése, tanúsítása.

**IV. Nemzetközi versenyképesség javítása** során az egyetemi szolgáltatások idegen nyelvű hozzáférhetőségének megteremtésére, a szolgáltatások biztosításához kapcsolódó belső képzések lebonyolítása, valamint magas színvonalú külkapcsolati kommunikációs csatornák kialakítására kerül sor. A felsőoktatásban az elmúlt 18 évben lezajlott expanziót követően a minőségi szempontok előtérbe helyezése szükséges, illetve elengedhetetlen, hogy javítsuk a képzés és a munkaerőpiac közötti információáramlás hatékonyságát, ezzel is támogatva a modern, szolgáltatásközpontú felsőoktatási intézmények kialakulását.

A TÁMOP 4.1.1 pályázati források segítségével tehát intézményünk fejlesztéséhez kívánunk hozzájárulni.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK MEGHATÁROZÁSA

A projekt **hosszú távú** célja kettős, egyrészt hozzá kíván járulni az egyetem folyamatos szervezeti fejlesztéséhez, másrészt az intézményi szolgáltatások fejlesztésével hozzájáruljon a versenyképes, modern, szolgáltató egyetem megteremtéséhez.

A komplex projekt **közvetlen célkitűzései:**

1. Az Egyetem munkaerő-piaci alkalmazkodó-képességének javítása. A projekt olyan nyilvántartási és folyamatkövetési rendszerek fejlesztését tűzi ki célul, amelyek lehetővé teszik a munkaerő-piaci előrejelzések, trendek és preferenciák becsatornázását a SZIE döntéshozatali rendszerébe;

2. Az Egyetem szakember-kibocsátásának munkaerő-piaci igényekkel való összehangolása érdekében a gyakorlati oktatás erősítése a gyakorlatigényes szakokon;
3. Az Egyetem irányítási rendszerei hatékonyságának javítása a felsőoktatási alaptevékenység kiterjedő Minőség Irányítási Rendszer, Környezetközpontú Irányítási Rendszer és Információbiztonság Irányítási Rendszer kialakításával;
4. Az Egyetem nemzetközi versenyképességének javítása érdekében külkapcsolati honlap-fejlesztése mellett többek között on-line idegen nyelvű kurzuskatalógus kialakítása.

**A projekt várt eredményei:**

- Lehetővé válik az egyetemi képzési kínálat rugalmas átalakítása a munkaerő-piaci szereplők által meghatározott, képzési igények rögzítése és a kialakított információ-rendszer adatainak felhasználása, visszacsatolása révén;
- A gyakorlati képzési helyek fejlesztésével legalább 1500 végzős hallgató kap olyan diplomát évente, amelyet a munkaerő-piac előnyben részesít;
- Integrált irányítási rendszerek (MIR/KIR/IBIR) kerülnek bevezetésre, tanúsításra;

Javul az egyetem idegen nyelvű PR tevékenysége, a képzés-kínálat áttekinthetősége, könnyebbé válik a külföldi intézmények, hallgatók számára nyújtott szolgáltatások elérhetősége.

### **3. CÉLCSOPORTOK AZONOSÍTÁSA**

A projekt keretében megvalósuló minőségirányítási rendszerek fejlesztésének, valamint a gyakorlati képzőhelyek és a munkaerő-piaci kapcsolatok fejlesztésének érintettjei és haszonélvezői az alábbiak szerint csoportosíthatók:

**Közvetlen haszonélvezők:**

- Az intézmény felsővezetői: rektor; helyettesek, dékánok; stratégiai, pénzügyi, tanulmányi igazgatók, vezető beosztású munkatársai;
- Az intézmény minőségmenedzsmentje
- Tanszékek, tanulmányi osztályok és egyéb kiszolgáló intézmények (könyvtár, informatika, kollégiumok, kutatók stb.) vezetői;
- az egyetem szakmai felügyeletét ellátó szervek;
- a mindenkori hallgatók;
- a munkába lépés előtt álló diplomások;
- az igényekkel lépést tartó felnőtt korosztály (alap- vagy kiegészítő szakok, levelező vagy távoktatási tagozat),
- EU-n belüli és az EU térségen kívüli partner intézmények.

**Közvetett haszonélvezők:**

- Leendő, jelenlegi és volt hallgatók családi köre;
- Munkáltatók: kkv-k, nagyvállalatok, önkormányzatok, közhivatalok;
- K+F+I tevékenységet végző szervezetek;
- Civil és non profit szervezetek;
- Fejvadász cégek.

**Érintettek:**

- Az IT-háttér üzemeltetését végző egyetemi alkalmazottak;
- A humán szolgáltatásokért felelős személyek (pl. ügyfélszolgálat, karrier-tanácsadás, mentorálás);
- Az alrendszer felhasználói, adminisztrátorai;
- Az egyetem kiszolgáló- és társintézményei.

## 4. KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA

A projekt kommunikációjával kapcsolatos tevékenységeket két fázisban kívánjuk megvalósítani: az előkészítési, tervezési szakaszban, illetve a projekttevékenységek végrehajtásához kapcsolódva, a megvalósítási szakaszban.

## 5. CÉLCSOPORTOK – ÜZENETEK – ESZKÖZÖK

## I. Előkészítő szakasz

### Helyzetelemzés, a lehetséges kockázatok felmérése

A külső és belső környezet átfogó elemzése hangsúlyt fektet a projektet érintő folyamatok és hatások felmérésére, elemzésére. A helyzetelemzés eszköze a SWOT analízis, melyben összevetjük a projektre gyakorolt külső és belső tényezők hatását. A helyzetelemzés eredményéből pontosíthatók a kitűzött célok és azok elérési módjai. Ezt alapul véve határozhatóak meg a konkrét kommunikációs feladatok, célcsoportok és eszközök.

### A témában korábbi média-megjelenések összegyűjtése és elemzése

A projekt tartalmával kapcsolatos lehető legtöbb adat begyűjtése, az érintett véleményformáló személyek és szervezetek álláspontjának megismerése. Az információk birtokában jobban illeszthetőek a projekt feladatai a megfogalmazott elvárásokhoz.

### A részletes kommunikációs terv kidolgozása

- Az Arculati kézikönyv segítségével a terv egyes részeinek meghatározása.
- A pontos üzenetek megfogalmazása.
- Az ütemterv elkészítése indikátorok meghatározásával.

Az **egységes arculat** – összehangolt kommunikáció érdekében törekedni kell a projekthez kapcsolódó különböző kiadványok elkészítésénél az egységes arculatra, amely fontos eleme az összehangolt kommunikációnak. Fontosnak tartjuk, hogy a projekt arculati elemei teljes mértékben illeszkedjenek a SZIE arculati elemeihez (projekt Arculati kézikönyvének összeállítása, amelyben a kommunikációra vonatkozó kötelező elemek le vannak fektetve, egységben a SZIE Arculati kézikönyvével). A SZIE arculati elemei mellett figyelembe kell venni a NFÜ támogatási szerződésben meghatározott előírást a kötelező elemek – támogatói logók, kötelező feliratok –, feltűntetésére vonatkozóan.

## II. Megvalósítási szakasz

### A tájékoztatás során használt PR eszközök:

#### Honlap

A projekt honlapja kettős szerepet tölt be: egyrészt maga is a projekt eredményei közé tartozik, a létrehozandó elektronikus szolgáltatások „hordozófelülete”, másrészt fontos kommunikációs, tájékoztató szerepe is van. Utóbbi szempontból vizsgálva: Megjelenésében illeszkednie kell az egységes arculathoz. Emellett széles körben nyújt tájékoztatást a projektről, az elért eredményekről a lehető legnagyobb körben biztosítja a nyilvánosságot. A honlap bemutatja a projektben résztvevőket, a projekt általános és konkrét célkitűzéseit, továbbá tájékoztatást ad a (leendő) felhasználóknak az egyes szolgáltatás-modulok használatába való bekapcsolódás mikéntjéről.

#### Promóciós és tájékoztató kiadványok

Egy részük általános jellegű, másik részük specifikus, célcsoportoknak szóló. A tájékoztató kiadványok erősítik a projekt image-t, megjelölik a projekt részletes leírásának elérési lehetőségeit, kapcsolattartás vonatkozó adatokat is tartalmaznak.

- *Dossziék, poszterek, szórólapok* – célcsoport: potenciális partnerszerveztek, a sajtó munkatársai, döntéshozói; kommunikációs cél: a projekt során létrejött szolgáltatások ismertségének növelése (a projekt és a szolgáltatások rövid bemutatása, a csatlakozás módja, feltételei, a projekt-elérhetőségek megadása)

- *A Projekt Előrehaladási Jelentés nyilvános része közérthetően megfogalmazva, tájékoztató anyag formájában* – célcsoport: az intézmény vezetői, döntéshozói, véleményformálók; kommunikációs cél: tájékoztató a projekt előrehaladásáról.

**Információs tábla elhelyezése** „C típusú” (méret: A/2, 420×594 mm) információs táblák elhelyezése a projekt megvalósulásának helyszínein, az egyetem campusain a projekt címről, időtartamáról, a kedvezményezett nevééről, a támogatási összegéről, valamint arról, hogy a projekt az Európai Unió Strukturális Alapjainak forrásából valósul meg.

**Sajtóesemények szervezése** Nyitó sajtótájékoztató a projekt indulásáról, melyben tájékoztatjuk a meghívottakat (kiemelten a sajtó képviselőit) a projekt elindulásáról, a résztvevőkről, a célcsoportokról és a célokról. A záró sajtótájékoztatón pedig tájékoztatást adunk a projekt sikeres megvalósításáról, a megvalósítás során elért eredményekről, valamint a projekt résztvevői közti együttműködés folytatásának formájáról.

**Sajtóközlemények kiadása** Tervezzük rendszeresen tematikus sajtóközlemények, híryanagok készítését és kiadását. A sajtóközlemények elkészítését a projektmenedzsment team koordinálja, illetve fogalmazza meg. A sajtóközlemények olyan időszakos termékek, amelyek segítségével egy-egy konkrét, általunk fontosnak tartott történet, esemény leírását, úgymond nyomdakészen adunk át a médiának. Szokásos terjedelme másfél gépelt oldal.

A közlemények kiadásának nemcsak az a funkciója, hogy új bejelentéseket tegyünk általuk, hanem az is, hogy segítségükkel folyamatosan fenntartsuk az érdeklődést a projekt iránt. Így egy-egy eseményről akár több közlemény is születhet.

## **Rendezvények**

*A projekt nyitó és záró rendezvénye*

Résztvevők: a célcsoportok, az érintett szervezetek képviselői, a média munkatársai. Cél: a projekt céljairól (nyitó) illetve eredményeiről (záró) való részletes beszámolás.

*Egyéb rendezvények:*

Az egyes célcsoportokat (pl. öregdiák-szervezetek közgyűlése, szakkollégiumi rendezvények) célzó rendezvények, melyeknek célja a projekt eredményeinek kommunikálása, a mind szélesebb körű ismertség biztosítása, illetve a szolgáltatások használatába való bevonás. Ezeket a következő megjelenési lehetőségekkel számolunk:

- előadás, tájékoztató tartása,
- kiadvány, szórólap, tájékoztató anyagok kihelyezése, szétosztása.

## **Személyes megkeresések**

A potenciális partnerekkel való személyes kapcsolatfelvétel elengedhetetlen eleme a projekt kommunikációs tevékenységének, mivel az egyik legfontosabb cél az említett célcsoport elérése és természetesen a jövőbeli sikeres együttműködés. A találkozók alkalmával a projektet SZIE munkatársai képviselik.

## **Kiemelt kommunikációs csatornák az egyetemi polgárok felé:**

Fontosnak tartjuk, hogy a projekt jelentőségét az Egyetem polgárai is érezzék és elismerjék. Az előző pontokban meghatározott eszközökön kívül egyéb, speciális (már alkalmazott) csatornákat is felhasználunk.

*Egyetemi vezetők*

- A projekt honlapja, szolgáltatásmodulok
- Éves jelentés, Projekt Előrehaladási Jelentés nyilvános változata

- Egyetemi, kari lapok
- Egyetemi honlapok (SZIE, a karok és az együttműködő partnerek weboldalai)
- Szakmai rendezvények, fórumok

#### *Hallgatók*

- A projekt honlapja, szolgáltatásmodulok
- HÖK (weboldalak, kiadványok)
- NEPTUN
- Egyetemi, kari lapok
- Egyetemi honlapok (SZIE, a karok és az együttműködő partnerek weboldalai)
- A karokra kihelyezett poszterek a projektről, annak eredményeiről
- Szakmai rendezvények, fórumok

#### *Munkatársak*

- A projekt honlapja, szolgáltatásmodulok
- Egyetemi, kari lapok
- Egyetemi honlapok (SZIE, a karok és az együttműködő partnerek weboldalai)
- A karokra kihelyezett poszterek a projektről, annak eredményeiről
- Szakmai rendezvények, fórumok

## 6. IDŐZÍTÉSI TERV

<b>Időpont</b>	<b>Feladat</b>	<b>Célcsoport</b>	<b>Produkción/e szköz</b>	<b>Kommu nikáció s eszköz</b>	<b>Felelős</b>
Projekt előkészítő szakasza	Helyzetelemzés, kockázatelemzés	Potenciális partnerek, érintettek	Felmérés	Email, internet	projektmenedzser
Projekt előkészítő szakasza	Korábbi média-megjelenések összegyűjtése	Potenciális partnerek, érintettek	Cikkek, rádió, TV interjúk, riportok, honlapok	Nyomtatott és elektronikus sajtó	projektmenedzser
Projekt előkészítő szakasza	Kommunikációs terv kidolgozása, egyeztetése	A projektben résztvevők	Cselekvési ütemterv	Email, internet	projektmenedzser
Szerződésköltés után	Tájékoztatás a projekt elindításáról (nyitórendezvény)	Projekt résztvevői Egyetem polgárai	PR cikk, szóróanyag	Elektronikus levél Egyetemi Újság Faliújság	projektmenedzser

<b>Időpont</b>	<b>Feladat</b>	<b>Célcsoport</b>	<b>Produkcíó/e szköz</b>	<b>Kommu nikáció s eszköz</b>	<b>Felelős</b>
Szerződéskö tés után	Tájékoztatás a projekt elindulásáról (nyitórendezvé ny)	Támogató és a végrehajtást felügyelő szerv, potenciális partnerek, lakosság széles köre	Sajtótájékoztat ó	Sajtó képvisel ői (nyomtat ott, elektroni kus)	projektmenedz sment
Szerződéskö tés után	Honlap, online szolgáltatások létrehozása	Összes célcsoport	Dinamikus honlap, online szolgáltatások	Internet	projektmenedz sment
Folyamatos	Honlap, online szolgáltatások karbantartás	Összes célcsoport	Dinamikus honlap, online szolgáltatások	Internet	projektmenedz sment
Szerződéskö tés után	Információs táblák kihelyezése	Összes célcsoport	Információs táblák	Nyilván osság	projektmenedz sment
Megvalósítá s során rendszerese n	Fotódokumentá ciók készítése	Projekt összes célcsoportja	Fotóanyag	Honlapo k, kiadvány ok	projektmenedz sment
Megvalósítá s során rendszerese n	Sajtóközleménye k kiadása, elért eredmények kommunikációja	Projekt résztevők, egyetem polgárai, partnerek	Sajtóközlemén y, sajtóinterjú, PR cikk	Nyomtat ott sajtó, SZIE honlapo k, projekt honlap	projektmenedz sment
Megvalósítá s során rendszerese n	Sajtómegjelenése k összegyűjtése és elemzése	Projekt résztevők, partnerek	Cikkek, rádió, TV, on-line cikkek	Nyomtat ott és elektroni kus média	projektmenedz sment
Megvalósítá s során rendszerese n	Szakmai rendezvények szervezése, ezeken való megjelenés	Összes célcsoport	Prezentáció, szóróanyag, személyes beszélgetés	Nyilván osság	projektmenedz sment
Folyamatos	Az sikeres eredményeinek ismertetése	Összes célcsoport	Honlap, kiadványok	Internet, kiadvány	projektmenedz sment
Projekt zárásakor	A projekt sikeres megvalósítása (zárórendevény)	Összes célcsoport	Sajtótájékoztat ó, Szakmai fórum, konferencia	Sajtó képvisel ői, nyilván osság	projektmenedz sment



## 7. KÖLTSÉGTERV

Internetes honlapokon való megjelenés (konzorciumi partnerek, más partner szervezetek, intézmények honlapján): a SZIE partnereinek és egyéb internetes honlapokon elhelyezett hirdetések, tájékoztatók költségei.

4 db Nyitó-, záró- és kapcsolódó szakmai rendezvényeken, konferenciákon (beltéri, 100-150 fő rendezvények) megjelenés hostess és ital-étel költségei.

Sajtóközlemények, újságcikkek, hírlevelek megjelentetése nyomtatott és elektronikus formában: Ezen szolgáltatások között szerepel még 4 db újságcikk, riport, sajtóközlemény megjelentetése helyi (gödöllői, budapesti), regionális és országos sajtóban illetve hírlevél formájában, melyet közvetlenül juttatunk el a célcsoport tagjainak.

Megjelenés regionális és országos hatókörű médiában (rádió, televízió): 2 db riport, interjú, illetve reklám megjelentetését tervezzük regionális és országos szintű rádióban, televízióban.

megnevezés	egység	mennyiség	egységár (Ft)	elszámolható költség (Ft)
Internetes honlapokon való megjelenés (más partner szervezetek, intézmények honlapján)	db	4	25 000	100 000
Nyitó-, záró- és kapcsolódó szakmai rendezvényeken, konferenciákon megjelenés	db	4	250 000	1 000 000
Sajtóközlemények, újságcikkek, hírlevelek megjelentetése nyomtatott és elektronikus formában	db	4	40 000	160 000
Megjelenés regionális és országos hatókörű médiában (rádió, televízió)	alkalom	2	100 000	200 000

Ide soroltuk be a karokon elhelyezésre kerülő „C” típusú tájékoztató táblák költségét.

Rendezvényeken használatos molinó, plakátok készítése: A projekt keretében megrendezésre kerülő rendezvényeken, szakmai fórumokon, konferenciákon való megjelenés céljából 2 db „állványos plakát”, un. banner szükséges, melyeken feltüntetésre kerül a projekt logója, és utalás a támogatásra (kötelező arculati elemek betartásával).

Egyéb nyomdai kiadványok készítése (dossziék, mappák, ismertető, stb.): olyan többször is használható dossziékat, mappákat és ismertetőket tervezünk előállítani, amelyeket a célcsoport tagjai (SZIE dolgozói) a rendezvényeken, képzéseken, tréningeken kapnak meg és elhelyezhetik benne a kapott információs anyagokat, oktatási segédleteket. Ezekben a nyomdai termékeken is feltüntetjük a projekt címét, azonosítóját, támogatóját, és a kötelező arculati elemeket.

Külső kapcsolati relevanciájú rendezvényekre, kiállításokra felhasználatos mobil információ hordozó rendszer (mobil promóciós pult, roll screen, molinók, zászlók, nagyfelületű, képes háttér stb.) beszerzése.

megnevezés	egység	mennyiség	egységár (Ft)	elszámolható költség
------------	--------	-----------	---------------	----------------------

				(Ft)
C típusú tájékoztató tábla elhelyezése	db	5	30 000	150 000
Rendezvényeken használatos molinó, plakátok készítése	db	2	50 000	100 000
Egyéb nyomdai kiadványok készítése (dossziék, mappák, ismertető, stb.).	db	500	1 000	500 000
mobil infopult	db	1	600 000	600 000

## 8. ÉRTÉKELÉS

**Kommunikációs terv elkészítése** A projekt sikeres megvalósításnak alapfeltétele a projekt megfelelő kommunikálása mind a belső érintettek, célcsoportok, mind a külső szervezetek, támogatók, együttműködők irányába. E cél megvalósításához egy jól átgondolt, szakszerűen megtervezett, összeállított és eredményesen megvalósítható kommunikációs tervre van szükségünk.

A kommunikáció eredményességét a projekt időtartam során értékelni kell, nem elégséges eredményesség esetén annak valamely vagy több eleme (célcsoport, üzenet, eszköz) újragondolandó.

- *Sajtófigyelés és -elemzés:* A megjelent sajtóanyagok gyűjtése és értékelése (pl. terjedelem, környezet, stílus, minőség). Célja, hogy felmérjük a kommunikációs stratégiánk hatékonyságát, a használt kommunikációs eszközök megfelelőségét (azaz eljutott-e az adott hír, információ azon sajtóképviselőkhöz, akiknek szántuk), s a kommunikált információval kapcsolatos visszajelzéseket, mind a sajtó képviselőitől, mind a célcsoportoktól.
- *Honlapok:* Mivel a tervezett szolgáltatásról tájékoztatáshoz lehet jutni a már létező egyetemi honlapokról (központi egyetemi illetve kari), valamint a projekt honlapjáról is, így mindkét forrás kapcsán szükséges elemzéseket végezni: pl. látogatók száma, látogatás dinamikája, átkattintások a projektholnapra (referer-elemzés), a honlapon eltöltött idő, aktivitások (a projekt alaptevékenységéhez is kötődik).
- *Személyes kapcsolatok:* A konferenciákon, rendezvényeken a célcsoportok által feltett személyes visszajelzések, feltett kérdések alapján.

Kelt: 2010. március 22.

Dr. Kovács Árpád Endre  
sk