



Önéletrajz

Személyi adatok:

Név: **Dr. Kőszegi Gábor**
Születési idő: Miskolc 1959.09.09.
Lakcím: 2481 Velence Vajda János u. 25.

Egyetemi végzettségek:

- jogász (cum laude) Miskolci Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar 1993
- Ingatlanforgalmi szakjogász PPKE 2003

Egyéb végzettség:

- Közigazgatási szakvizsga 2005
- Belső minőségügyi felülvizsgáló (auditor) 2002
- KSZK képzések, tréningek
- jogosítvány: A – B – C kategória PÁV II. 1977-79

Eddigi munkahelyek:

2004 -2010 Budapesti 1. számú Körzeti Földhivatal (volt Fővárosi Kerületek Földhivatala)
hivatalvezető

„Válságmenedzseri”munka .(2004-2005) A hivatal közel 140.000 db-os ügyirathátralékának felszámolása, a közhitelesség biztosítása, a hivatal működőképességének elősegítése, a belső és rendőrségi vizsgálatok koordinálása, lezárása. A félnapos sorállások azonnali megszüntetése, A tisztességes munkát zavaró, s a hivatal hírnevét romboló nepperek kiszorítása.

2005-től: A hivatal normál rend szerinti működtetése. Országgyűlési határozat alapján a 2-es és 3-as hivatal leválásának előkészítése, a zökkenőmentes átmenet biztosítása.

**2003-2004 Bp. Főváros XVII. ker. Önkormányzat Polgármesteri Hivatal
főtanácsos**

A terület jegyzője mellett működő jogi csoport egyetlen főfoglalkozású jogász munkatársaként a Polgármesteri Hivatal szerződéseinek előkészítése, a jegyző jogi tanácsokkal való ellátása.

**1999 -2002 GUEST Szolgáltató és Idegenforgalmi RT -
Ingatlan hasznosítási igazgató
Minőségirányítási vezető**

A GUEST Palace – az 1860-as években épült Piatnik –palota - korhű felújításának irányítása, majd átadás utáni üzemeltetése. (1.600 m² irodaterület, konyha, étterem, fitness centrum, 200 fős konferenciaközpont, utazási iroda; 58 férőhelyes pincésintű garázs.)
Egy saját beruházásban készülő szálloda tervezésének és építésének előkészítése, koordinálása.

A cég tulajdonában, ill. kezelésében lévő 16 ingatlan üzemeltetési feladatainak ellátása. (szálloda, nyugdíjasházak, irodák, raktárak)

Szaktevékenységek készítése, szaktanácsadás külső megbízók részére.

Pályázatok előkészítésének koordinálása

A GUEST Rt jogi feladatainak előkészítése, szabályzatok készítése.

Az ISO 9001:2000 minőségirányítási rendszer bevezetése, működtetése

Cégünk komoly rendezvényszervezői munkát is végzett, melyből méretei miatt valamennyi vezető kolléga is kivette a részét. Főbb munkáink: Atlétikai EB szervezésében közreműködés; NATO csúcstalálkozó és a NATO külügyminiszterek csúcstalálkozásának catering feladatai 2001;

**1996-2000 MATÁV RT Ingatlan Igazgatóság
Bp-i Vagyongazdálkodási osztályvezető**

Az osztályhoz tartozó ingatlanállomány (a MATÁV-nál Budapest Székesfehérvártól Salgótarjánig tartott) kezelése, bérleti, adásvételi szerződések kötése, az általunk nem használt telephelyek irodaházak, üzlethelyiségek hasznosítása. A hasznosítással kapcsolatos marketing tevékenység koordinálása. Ingatlanfejlesztés. Karriertervek készítése.

Országos hatáskörrel hozzám tartozott a fölöslegesnek ítélt ingatlanok értékesítése.

(piac felmérése, értébecslések, dokumentációk készítése, marketingtervek, pályáztatás, szerződéskötés, kapcsolódó feladatok.)

1993 - 96 Magyar Posta RT. Budapesti Igazgatósága - házügyes jogász

A Beruházási és Fenntartási Osztályon dolgoztam. Feladataim közé tartozott a posta teljes budapesti ingatlanállományának kezelése, bérleti, adásvételi szerződések kötése, az esetleges jogi viták esetén bírósági képviselet, az általunk nem használt telephelyek irodaházak, üzlethelyiségek hasznosítása. A postai beruházásokkal kapcsolatos vállalkozási szerződések minősítése és megkötése, a közbeszerzési törvény által előírt tendereztetési feladatok bonyolítása, a teljes postai számítógépes ingatlan-nyilvántartási kataszter elkészítése és üzemeltetése.

1978 - 93 Lenin Kohászati Művek (jogutód a DIMAG RT) Miskolc

Érettségi után a Lenin Kohászati Művekben helyezkedtem el, s ott is dolgoztam 1993-ig. A vállalat ösztöndíjasaként végeztem el nappali tagozaton az egyetemet. Az eltöltött 15 év alatt a vállalat több területén dolgoztam, alaposan megismertem egy nagyvállalat működését .

Publikációk:

Könyvek, tanulmányok

- **Társadalmi összefogással a lakásmaffia ellen.** Tanulmányok, dokumentumok 2002-2006
(szerk: Pócszik Szilveszter – Dunavölgyi Szilveszter)
Biztonságos Magyarországért Közalapítvány 2006
- **Az ingatlanjog nagy kézikönyve**
Dr. Hidasi Gábor; Dr. Horváth Gyula; Dr. Kőszegi Gábor; Dr. Urbán András
Complex Kiadó 2007
- **Társasházban él? Önnel is megtörténhet!**
Házi jogtanácsadó
szerk: dr. Bék Ágnes
THT Kiadó 2010

Cikkek:

Rendszeren publikálok szakmai témájú cikkeket a

- **Társasházi Háztartás (THT)** folyóirat 2005 óta
- **Ingatlanjog – kérdés-válasz.** - ingatlan-nyilvántartási rovat (A Complex Kiadó folyóirata 2009. negyedik negyedévtől jelenik meg)

Egyéb:

- **Klub Rádió - Ingatlanpiac** - állandó szakértő (2004 – 2010)
- **Duna Televízió – Négyzetméter** (ingatlanmagazin) - szakértő (2004-2008)
- **CD Jogtár – Ingatlan-nyilvántartási kommentár**
Complex Kiadó 2009

Oktatás, előadások:

- **KOTK - jogi asszisztens képzés** 2004-től folyamatosan
- **THT Sarokház Klub** aktuális ingatlanjogi témák 2005 óta
- **Fővárosi Önkormányzat – Társasházkezelők Konferenciája**
Budapesti Kongresszusi Központ 2004 -2007
- **Bp.Főv. XII. ker. Önkormányzat – Közös Képviselők Akadémiája**
2004; 2005; 2007.
- **Nemzetközi Közjegyzői Konferencia** - MTA 2004 november
- **Szakmai delegációk részére prezentációk** (Ausztria, Németország, Anglia, Horvátország, Albánia, Macedónia, Korea, Kína, Norvégia, Szlovákia, Kenya)
- **Complex Reggeli – ügyvédeknek** (2007 november; 2009 március)
- **Nyugat-Magyarországi Egyetem Geoinformatikai Kar – konzulens, szakdolgozat bíráló**
2006 – 2009
- **Jogi Fórum konferencia - A társasházi törvény változása és magyarázata** 2010



Dr. Kőszegi Gábor

2481 Velence Vajda János u. 25.

E-mail: dr59@citromail.hu

Tel: 30-961-9665

Budaörs Város Önkormányzat
Polgármesteri Kabinetiroda

Budaörs
Szabadság út 134,
2040

Tárgy: pályázat

Tisztelt Pályáztató!

A napokban olvastam a CV. Online internetes oldalán a „Budaörsi Városmarketing Kft. ügyvezető” pozícióra kiírt pályázatukat, melyre ez úton szeretnék jelentkezni.

A kiírt feltételeknek megfelelek.

- Felsőfokú végzettségem van, ezen belül **jogi diplomával** illetve **ingatlan szakjogászi diplomával** rendelkezem.
- a gazdasági társaságokról szóló 2006. évi IV. törvény (Gt.) vezető tisztségviselőkre vonatkozó feltételeinek megfelelek
- Az adott területen vezetői gyakorlattal rendelkezem
- Vagyonynyilatkozat tételi eljárás lefolytatását vállalom

Mint önéletrajzomból is kitűnik az elmúlt 18 évben főleg ingatlanokkal, ingatlan vagyonnal foglalkoztam. Végigjártam az ingatlanos „szamárlétrát”, hiszen egyszerű beosztott jogásztól jutottam el munkám elismeréseképpen az ágazati igazgatói, ill. az ország legnagyobb földhivatalának vezetői posztjáig.

. Az utóbbi években a felhalmozott tudást tovább is adhattam, hiszen a témákban tanítok, előadásokat tartok, újságokban, könyvekben publikálok, rádió és televíziós műsoroknak vagyok állandó vagy eseti szakértője.

A Complex Kiadó (pl: CD Jogtár; Meritum Könyvek) jóvoltából társszerzője lehettem az elmúlt 80 év egyetlen átfogó ingatlanjogi munkájának.

Rendezvényszervezési tapasztalatokkal a GUEST Rt keretein belül rendelkezem. A cég odakerülésem előtti években alakult át a Posta Szociális Ellátó Hivatalából először MATÁV leányvállalattá, majd önálló vállalkozássá. Ebben a formájában üzemeltette a MATÁV Zágrábi úti szállodáját, éttermet, konyhákat, rendezvénytermet és szolgálatot. Saját 200 fős konferenciatermünkben biztosítottunk helyet pl a Dimenzió Egészségpénztár és a Dimenzió Magán-nyugdíjpénztár rendezvényeinek éves közgyűléseinek. Legnagyobb külső helyszínes szolgáltatásaink a Budapesti Atlétikai EB (1998) szervezésében és lebonyolításában való részvétel, valamint a NATÓ Külügyminiszteri értekezlet és a NATO Csúcstalálkozó catering szolgáltatásainak teljes körű bonyolítása, melyeket a Külügyminisztérium pályázat nyert el a cég. Az utóbbi kettőben már alkalmazottként, az elsőben még külsős „segítőként” vettem részt.

Média megjelenéseim három területem mozogtak.

Egyrészt főleg munkámmal kapcsolatban eseti megjelenés – mint riportalany, felkért szakértő – a különböző médiákban. (MTV, Duna TV, Kossuth Rádió, RTL Klub, TV2) A Duna TV-

ben futó „Négyzetméter” ingatlanmagazinban évente 2-3 alkalommal voltam képernyős, s ezen felül viszonylag rendszeresen háttérszakértő. (Referencia: Both Ildikó producer-rendező)

A Klub Rádió „Ingatlanpiac” magazinjában hat éven keresztül dolgoztam állandó szakértőként. Itt a feladatunk általában 4-5 hetente az élő adásban való részvétel, s az aktuális ingatlanjogi témák „kivesézése” mellett a hallgatók által feltett kérdésekre való azonnali válasz. (Referencia: Törtey-Takács Krisztina szerkesztő – műsorvezető)

Az írott sajtóban a COMPLEX Kiadó „Ingatlanpiac kérdés-válasz” folyóiratába írtam rendszeresen (Referencia: Szilvási Miklós főszerkesztő)

Jelenleg is saját rovatot csinálok a „Társasházi Háztartás” címen futó, főleg társasházkezelőknek, közös képviselőknek szóló folyóiratban. (Referencia: Meichl Mátyás főszerkesztő)

A földhivatalok – és az egész közigazgatás – területén végbemenő személycserék engem is érintettek, így munkaviszonyom megszűnt. Szeretnék olyan állást találni, ahol mind a versenyszférában, mind pedig a közigazgatásban szerzett tudásom és tapasztalatom messzemenőkéig tudom kamatoztatni.

Amennyiben anyagaim felkeltették érdeklődésüket, úgy várom hívásukat egy személyes találkozásra.

Velence, 2011-03-31

Üdvözlettel:



Dr. Kőszegi Gábor
Velence Vajda János u. 25
06-30/961-9665
dr59@citromail.hu

Vezetői program

Miután a pályázat hirdetését csak a beadás előtti napon találtam meg, így nem volt módomban érdeklődni a kiírótól a pontos helyi jellegzetességekről. A beadott anyag így inkább általánosságban fogja össze azokat az elképzeléseket, amiket a pályázat elnyerése esetén a helyi viszonyokhoz szeretnék alkalmazni.

Budaörs városmarketingjének felfejlesztése

Budaörs városmarketingjének és médiareprezentációjának fejlesztését e program 3 fontos pontban tekinti át:

Első körben mindenképpen szükséges Budaörs jelenlegi erőforrásainak felmérése, mind a kézzel fogható anyagi javaknak, mind pedig az eddigi médiareprezentációinak eredményeinek feltérképezése. Ezen lépés nélkül nem lehet érdemleges marketingstratégiát kialakítani.

Második lépés a rendelkezésre álló javak optimalizálása és rendezése a minél eredményesebb kommunikáció érdekében. Elképzelhető, hogy vannak elemek, amiket teljesen változtatás nélkül lehet hagyni, mivel működésükkel komoly értéket jelentenek, és lehet, hogy egyes elemeket teljes mértékben át kell változtatni.

Az utolsó lépés a még nem létező, ám pályázatom szerint fontos reprezentációs elemek megjelenítése és működtetése. Fontos, hogy az eddig is létező, és esetlegesen átreformált kommunikációs eszközök az újakkal egységes összhangban működjenek.

Az erőforrások felmérésében a következő pontokat kell vizsgálnunk:

- Van-e Budaörsnek újságja, és ha igen, milyen jellegű az:

Milyen lapszámban és hol jelenik meg?

Hányan olvassák?

Hány embernek ad munkát, és akiknek munkát ad, azok a város lakói-e?

Mennyi a működési költsége, mennyi a bevétele ehhez képest és azt milyen forrásokból szerzi?

Inkább tabloid, vagy inkább komoly sajtó?

Mennyi benne a hirdetés, és kik hirdetnek benne honnan?

Mennyi benne a kép és milyen minőségű papírra, hány ív terjedelemben íródott?

Milyen eddigi központi médiareprezentációs stratégia szerint működött?

Mi Budaörs lakóinak saját véleménye az újság minőségéről és az értékekről, amiket képvisel?

Mi a Budaörsön kívüli, ám az újságot elérő olvasók véleménye az újság minőségéről és az értékekről, amiket képvisel?

- Van-e Budaörsnek televíziója vagy rádiója és ha igen, milyen jellegű az:

Milyen időintervallumban, milyen mennyiségű saját anyag készül benne?

Milyen időintervallumban, milyen mennyiségű átvett anyag szerepel benne, és ha van

ilyen, honnan van átvéve?

Hányan nézik?

Hány embernek ad munkát, és akiknek munkát ad, azok a város lakói-e?

Mennyi a működési költsége, mennyi a bevétele ehhez képest és azt milyen forrásokból szerzi?

Inkább könnyed stílusú , vagy komolyabb?

Mennyi benne a hirdetés, és kik hirdetnek benne honnan?

Milyen a televízió átfogó szakmai minősége?

Milyen eddigi központi médiareprezentációs stratégia szerint működött?

Mi Budaörs lakóinak saját véleménye a televízió minőségéről és az értékekről, amiket képvisel?

Mi a Budaörsön kívüli, ám az adást elérő nézők véleménye a televízió minőségéről és az értékekről, amiket képvisel?

- Van-e Budaörsnek honlapja, és ha igen, milyen jellegű az:

Milyen tartalom van rajta?

Milyen oldalakra mutat róla link, illetve honnan lehet rá eljutni?

Hányan nézik? Honnan nézik? Milyen kulcsszavak, milyen oldalak a legelterjedtebbek?

Hány embernek ad munkát, és akiknek munkát ad, azok a város lakói-e?

Mennyi a működési költsége, mennyi a bevétele ehhez képest és azt milyen forrásokból szerzi?

Inkább könnyed stílusú , vagy komolyabb?

Mennyi benne a hirdetés, és kik hirdetnek benne honnan?

Milyen az oldal szakmai minősége?

Milyen eddigi központi médiareprezentációs stratégia szerint működött?

Mi Budaörs lakóinak saját véleménye az oldal minőségéről és az értékekről, amiket képvisel?

Mi a Budaörsön kívüli, ám a honlapot elérő nézők véleménye az oldal minőségéről és az értékekről, amiket képvisel?

- Van-e Budaörs városnak színháza, kultúrháza, vagy egyéb közösségi tere?

Milyen műsorokat, illetve közösségi programokat lehet róla elérni?

Milyen a kihasználtsága? Milyen gyakran vannak programok?

Hányan nézik? Honnan nézik? Milyen kulcsszavak, milyen oldalak a legelterjedtebbek?

Hány embernek ad munkát, és akiknek munkát ad, azok a város lakói-e?

Mennyi a működési költsége, mennyi a bevétele ehhez képest és azt milyen forrásokból szerzi?

Milyen a műsorok összetétele, kulturális programok vannak benne, vagy inkább összejövetelek?

Milyen a műsorok szakmai minősége?

Milyen eddigi központi médiareprezentációs stratégia szerint működött?

Mi Budaörs lakóinak saját véleménye minőségéről és az értékekről, amiket képvisel?

Mi a városon kívüli, ám a kulturális terekben megjelenő nézők véleménye minőségéről és az értékekről, amiket képvisel?

Noha ezen pályázat a fenti pontokat határozza meg általánosan fontos elemekként, amennyiben Budaörsnek egyéb, speciális kommunikációs csatornák is rendelkezésére állnak, úgy azokat is meg kell vizsgálni, sőt, általános szabályként meghatározhatjuk azt, hogy minél specifikusabb az adott csatorna, annál nagyobb figyelmet kell neki szentelni, hiszen egyediségével különlegesen fontos szerepet tölthet be a város lakóinak életében.

A működő médiumok felmérésén kívül más kutatásokat is kell végeznünk, amik Budaörs lakóinak a várossal kapcsolatos értéktársításait mérik fel.

Milyen Budaörs lakóinak összetétele, korra, nemre, rasszra, családi állapotra, munkahely jellegére való tekintettel?

Hol dolgoznak jellemzően a város lakói, a városban, vagy azon kívül?

Milyen közösségi tereket használnak jellemzően?

Milyen értéktársításokat adnak a város lakói Budaörshöz?

Milyen értéktársításokat adnak Budaörshöz más városok lakói?

Milyen médiumokat szeretnének látni a lakók, melyekkel elégedettek és melyekkel nem?

Mivel hosszú távú és jól működő központi kommunikációs stratégia bevezetése a célunk, a fenti kérdéseket reprezentatív mintán végzett szociológiai kutatás keretében kell a város lakóin vizsgálni. A városon kívüli lakók véleménye is roppant fontos, ezt felmérni valamilyen széles körben kapható újság, vagy olvasott weblap segítségével kell. A fenti kérdések megfelelő lekérdezése és kiértékelése kritikus fontosságú a város új médiareprezentációjának és marketingstratégiájának kidolgozásakor.

Miután a válaszokat megkaptuk, az elsődleges célokat a következő pontokban foglalhatjuk össze:

1. Meg kell határoznunk, hogy Budaörs milyen, egyedi és széles körben elismert értékekkel bír. E téren figyelembe kell vennünk mind a város lakóinak, mind a városon kívüli lakóknak a véleményét egyaránt, hiszen a város médiareprezentációjának kifelé éppen úgy kell hatnia, mint befelé. A város által képviselt értékek lehetnek eszmei dolgok éppúgy mint esetlegesen kiemelkedően jól működő médiumok, közintézmények, csakúgy mint történelmi események, híres emberek, művészek, épületek, tájegységek.

2. Ezek után meg kell néznünk, ezek az értékek hogyan transzponálhatóak a használt médiumokra, illetve közösségi terekre. Ezt meg is kell valósítanunk.

3. Utolsó lépésként új médiumokat és közösségi tereket kell létrehoznunk, melyek harmonikusan együttműködnek a már meglévő kommunikációs csatornákkal.

4. Negyedik pontként a másik hárommal párhuzamosan általános, átfogó kutatást kell végeznünk arról, más városok hogyan reprezentálják magukat illetve milyen a belső kommunikációjuk. Ezen kutatásnak nem kell olyan szervezettnek és központi fontosságúnak lennie, mint saját erőforrásaink felmérésének, ám célszerű mindig nyitott szemmel járni. Ezen tanulmány például határozottan pozitív példaként tekint a főváros III. kerületére, Óbudára, aminek kommunikációja az utóbbi időben nagy mértékben javult. Noha az óbudai példa nem tökéletes, és Budaörs kommunikációja messze jobb lehet nála, ezen anyag több példát is hoz Óbudával kapcsolatban.

Budaörs értékeinek ismeretében egy központi arculat létrehozása az egyik legelső feladat, amit el kell végeznünk. Az értékeket vizuális ikonokként, szimbólumokként, vagy egyszerűen csak médiaszövegekként alkalmazva egységes képet kell adnunk Budaörs városáról, inkább legyen ez a kép egyszerű, de az legyen jól kommunikálható. Legyen Budaörsnek önálló tipográfiája, tehát saját betűtípusa, legyenek színei (praktikus a város címeréből és zászlajából kiindulni, de azokat az összes populáris médiumban való elhelyezés miatt valamelyest egyszerűsíteni, darabolni), legyenek központi képei, legyenek hangjai, zenéje, zörejei, minden, ami a várost tömörítve tartalmazhatja egy jól elhelyezett médiaszövegben. Ezt az egységes arculattervet kell innentől kezdve az összes médiumban, közösségi térben, médiaszövegben és úgy általában minden kommunikátumban prezentálni és kommunikálni. Fontos, hogy az egyes médiumok egy szűk hatáskörben persze maguk alakíthatják ezen kommunikátumokat, ám ha túl nagy autonómiát kapnak, az egész központi arculat értelmét veszíti el. Éppen ezért az egységes design-t a legutolsó plakáttábláig érvényesítenünk kell, a megfelelő mozgástér ismeretében persze, ámde hatékonyan és kivétel nélkül. Ily módon Budaörs összes médiareprezentációja egy mindenki által relevánsnak tartott egységet fogja magából árasztani.

Az önálló egységként való reprezentálás fontos eleme az is, hogy a médiumok és közösségi terek, melyeket felmértünk, illetve megalapítani készülünk, egymásra támaszkodjanak. Legyen közöttük átjárás. Egyrészt mindenképp reklámozza a honlap a rádiót, a televízió a közösségi házat, és így tovább, másrészt ezek jelenlenek meg egy alapvetően mégis összetartozó metamédiumként, a közös értékreprezentáción kívül olyan egységesítő tettekben, mint valamilyen közös műsor vagy közös esemény, amiben minden médium a maga eszközeivel tevékenyen vesz részt. A megreformált közösségi terek és médiumok szoros szövetségesként kommunikáljanak tehát.

Amennyiben közös értékek reprezentációira vagyunk kíváncsiak közösségi tereken, vizsgáljuk meg például a Szentendrei HÉV Óbudán áthaladó vonalát. Két megállóban is a falon ifjú graffitiművészek képeit láthatjuk Óbuda illusztris épületeiről, például a gázgyárról, a hídról, az esernyős szobrokról. A példa jól mutatja, hogyan ismerte fel Óbuda, hogy az egyik legtöbbet használt közösségi tér a HÉV vonal és a HÉV megálló, illetve hogy mik azok a közös értékek, amik a területet képesek szimbolikusan reprezentálni.

A meglévő médiumok reformálását részletekbe menő vizsgálat eredményei híján taglalni nem lehet Ettől függetlenül megfogalmazhatunk általános irányelveket, amik nagy valószínűséggel teljesülni fognak:

Általános tapasztalat, hogy helyi műsorcsomagban fogható kerületi televízió kevésbé működőképes, többnyire nagy mennyiségű reklám látható benne és a legfontosabb (esti, délutáni) műsorsávban képtelen a lakók rendelkezésére állni, mert a nagy csatornák elszívják a nézettséget. Éppen ezért Budaörsnek nem biztos, hogy érdeke önállóan működő televíziót fenntartani. A vizuális műsorfolyam azonban roppant fontos, éppen ezért célszerű a televíziót az online felületbe videomegosztó formájában beleintegrálni, itt ugyanis a sugárzási idő kötetlen, illetve sokkal nagyobb a valószínűsége, hogy eljut a város lakóihoz illetve a többi nézőhöz, mint a televízióban.

Székesfehérvár és a Fehérvár rádió azonban ékes példája annak, hogy a rádió esetében a helyzet teljesen más. A fehérvári példa ékesen mutatja, hogy a helyi rádió bezzeg nagyon is fel tud lépni az egyéb rádiók ellen, éppen ezért a helyi sugárzású tévé online videomegosztóvá való átalakítása nem következne be a rádió esetében, sőt. A helyi rádió, amennyiben

konstruktívan kapcsolódik bele a város egységes metamédiumába (másképp pedig nem érdemes fenntartani), akkor nagyon komoly reprezentációs elem lehet. Természetesen lehetővé kell tenni az internetes hallgatást is, ám a hagyományos hullámhosszt kell a legfontosabbnak tekinteni. A rádióknak megfelelő támogatást kell kapnia konkrét tv és újságreklámokon kívül a közösségi terektől is: a rádió térnyerése és ezáltal Budaörs egységes médiája akkor lehet a legerősebb, ha a közösségi tereket, például klubokat, boltokat, de kocsmákat is arra kell ösztönözni, hogy a közösségi rádiót hallassák. A rádióval kapcsolatban a zene és a saját műsor megfelelő egyensúlyára kell törekedni, általánosan azonban a főleg zenés rádiók lehetnek sikeresek. Az a tény, hogy a hallgatók olyan zenét hallgatnak, amit más adókról is elérhetnek, egyáltalán nem baj, a közösségi rádió hallgatásának ténye önmagában integrációs erővel bír.

Visszatérve Óbuda példájára, látható továbbá az is, hogy a közösségi terek nem mindig jelentenek kultúrházat vagy színpadot. A HÉV mellett másik kiváló példa a Békásmegyer megálló melletti kis tér, amiben látszólag semmilyen kulturális potenciál nem volt, ámde egyszerűen mivel ezen a téren futnak össze fontos közlekedési útvonalak, Békásmegyer lakói a térrel óhatatlanul minden nap találkoznak. Óbuda roppant konstruktívan úgy döntött, a teret beemeli fontos közösségi terei közé, és rendszeresen szervez kulturális programot a területre akkor is, ha a hely nyilván nem közösségi térnek készült.

Előzetes kutatás nélkül is tudható, hogy Budaörs médiareprezentációjának legfontosabb pontja az online médiumok és az internetes megjelenés. A város teljes marketingstratégiája állhat vagy bukhat azon, hogyan reprezentálja magát online közösségi tereken. Vannak olyan, ma már elterjedt és kötelezőnek is tekinthető elemek, mint például Budaörs facebook oldalának helyes kezelése. A város akkor kezeli megfelelően az internet adta lehetőségeket, ha annak mindenhol jelenlétével és anonimitásával képes megfelelő feedback lehetőséget adni saját munkájára. A facebook oldal erre praktikus, de jó lehet bármilyen blog, vagy fórum, ahol a polgárok képesek saját maguk is ügyeket teremteni önmaguk számára. Ezt Amerikában képviseleti demokráciának hívják, és egyértelműen a jövő médiareprezentációjának egy fontos eleme: a lakóknak kell egy olyan netes felület, ahol önállóan képesek programokat szervezni, kezdve a szemétszedés és elemgyűjtés kézenfekvő témájától egészen a médiumokban való aktív munkáig. Az is jó, ha a lakók saját céljukra használják a közösségi felületeket, például segítséget kérnek rajta másoktól, vagy erőforrásokat keresnek. Budaörs lakóinak érezniük kell azt, hogy a város az interneten párhuzamosan létezik, melybe a közösségi lét gyakran nem igazán megfogható tényén kívül jól felfogott egyéni magánérdekük is bekapcsolódni. A város a hivatalos honlap mellett rendelkezzen videomegosztóval, ahová a televízió adásain kívül szívesen látja a lakók által készített tartalmakat is. Amennyiben a városban vannak fiatal zenekarok, iskolai csoportok, azok reprezentálják magukat az online felületen. Erre nemcsak lehetőséget kell adni, de bátorítani is őket. Az internetes felületet egészen praktikus módokon is lehet reklámozni: a város Wifi hot spotjain kivétel nélkül Budaörs honlapját kell kezdőoldalként beállítani.

Minden médiumban olyan információkat kell kommunikálni, amik csak onnan kaphatóak meg. Például speciális kedvezmények, beváltható kuponok, apró nyeremények, melyek minden médiumra specifikus módon jelennek meg.

Budaörs lakóinak érezniük kell, hogy a médiumok értük vannak. A lakók például sokkal kedvezményesebben helyezhetnek el az újságokban hirdetéseket, sőt, további kedvezményt is kaphatnak, ha kezdeményezésükkel fellendítik Budaörs bizonyos szolgáltatásait. A városban működő szolgáltatók számára érdek legyen a médiumokba való bekerülés, amit bele kell

dolgozniuk saját üzletstratégiájukba. Ennek megfelelően Budaörsnek lehetőséget kell adni minden szolgáltatónak a hirdetésre, mind egyszerű TV bemutató riport, mind rádióinterjú, vagy szpot segítségével.

A médiumok átalakítása és megreformálása természetesen nagy feladat. Gyakorlati megvalósításának logisztikai módszerei nem képezik ezen pályázat részét. Általános szabályként azonban elfogadható az, hogy Budaörsnek egy jól szervezett központi szakmai teamet kell az általános irányító feladatok elvégzésére alkalmaznia. A kisebb feladatok azonban végezhetőek lennének például egyetemi hallgatókkal is: ha van a közelben egyetem, vagy iskola, ahol ilyen kompetenciájú diákokat oktatnak, célszerű őket a programba bevonni. Az elsődleges cél az átalakítás sikeres lefolytatása legyen, és ne az, hogy a még kezdetleges médiumrendszer profitot vagy Budaörs polgárainak munkát adjon: mindez az után következzen, hogy a rendszer felállt és működőképesen üzemel. Ekkor lehet a szakmai team koordinálása alól felszabadítani a médiumokat és hosszú távon jelentős anyagi, illetve szellemi eredményeket, vívmányokat és növekedést elérni Budaörs polgárainak aktív közreműködésével.

Velence, 2011-03-31

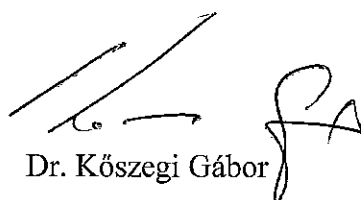
Dr. Kőszegi Gábor

Nyilatkozat

Alulírott **Dr. Kőszegi Gábor** (Miskolc, 1959.09.09. an: Szabó Éva) nyilatkozom, hogy

1. Az álláspályázatnak a törvény által előírt ill. a hirdetményben szabályozott pályázati feltételeit megismertem , és a vagyonynyilatkozat-tételi kötelezettséget vállalom.
2. Hozzájárulok a pályázat nyílt ülésen történő tárgyalásához
3. Hozzájárulok a pályázat keretében a személyes adataim kezeléséhez
4. Hozzájárulok, hogy a pályázat elbírálásában résztvevő személyek a teljes pályázati iratanyagba betekinthetnek
5. Kijelentem, hogy megválasztásom esetén elfogadom a vezető tisztségviselői megbízást;
6. Kijelentem, hogy velem szemben a Gt.-ben a vezető tisztségviselőre, illetve a Munka Törvénykönyvében a vezető állású munkavállalóra vonatkozó összeférhetetlenségek nem állnak fenn, illetve azokat kinevezésem esetén megszüntetem.

Velence, 2011-03-31



Dr. Kőszegi Gábor

KÖZIGAZGATÁSI ÉS ELEKTRONIKUS KÖZSZOLGÁLTATÁSOK KÖZPONTI HIVATALA



DR. KÖSZEGI GABOR

Miskolc | 1959-09-09

anyja szül. neve: Szabó Eva Anna

magyar állatpolgár

2481 Velence, Valda János utca 25. sz. alatti lakos

a bűntény nyilvánlartásrendszer adatai alapján

A BÜNTETTESEK NYILVANTARTÁSÁBAN NEM SZEREPEL

kérdésre igazolni, hogy

© 1997 by the American Psychological Association 0893-3200/97/\$12.00 DOI: 10.1037/0893-3200.11.4.495

Dr. Kovács Zoltán, főosztályvezető, egyetemes igazgatóhelyettes, HATÁR-ÁLLAMTITKARSÁG

B) Jarművezetésről állás HATÁLYA ALATT NEM ÁLL

F) Intézkedés HATÁLYA ALATTI NEM AIIL

Budapest, 2010. december 2.



Heckman

Dr. Becht Eva
församlsverksam

REVISED: 11/01/1993

Information on the size of any asexual or sexual population of *Microgaster* was not available.

A feladatok bizonyítványát a bizonyítékkal együtt az alábbi címen kell küldeni: Kollár György, 1111 Budapest, ...

[illegible]

FOURTH IS A BOOK

A magyar nyelv és irodalom tantárgy tanterve a 2012. évi CXC. törvény (a Nemzeti köznevelési törvény) 11. § (1) bekezdésének a) pontjában foglaltaknak megfelelően készült. A tanterv a 2012. évi CXC. törvény 11. § (1) bekezdésének a) pontjában foglaltaknak megfelelően készült. A tanterv a 2012. évi CXC. törvény 11. § (1) bekezdésének a) pontjában foglaltaknak megfelelően készült.



029701647



041001000000000055081224

105 000 000 000 746 970 815 100 000 000 000

A. of L. and J. of L.