

kreatív

CAPA: AKKOR ÉS MOST



2025/1-2. 1290 FT

PPH MEDIA
a Südwestdeutsche Medienholding tagja



MEDIATOR[†]

full service



Köszönjük ügyfeleinknek, partnereinknek és a teljes csapatunknak az egész éves munkát és a sok listás helyezést. Nélkületek nem lehetnénk most itt.

Capa örök



Mostani címlappunkkal egyaránt tisztelgünk Robert Capa és egy olyan kampány előtt, amely az elmúlt évben rengeteg elismerést szerzett a rangos külföldi reklámversenyeken.

A 20. század egyik legismertebb fotósa saját bevallása szerint legszívesebben munkanélküli haditudósító lett volna, halálát azonban egy taposóakna okozta, miközben a francia hadsereget követte Vietnámban.

Capa a személyes brandépítéshez kiválóan értett: születési nevét (Friedmann Endre) 21 évesen barátja, Gerda Tarot javaslatára könnyen megjegyezhető, amerikai hangzású névre változtatta, hiszen így többet kérhetett képeiért – és számítása be is jött, a nyugati sajtó elkezdte őt minden tekintetben komolyan venni. Karrierje során számos legendás helyszínen megfordult – így például a normandiai partraszállók első hullámával egyedüli fotósként érkezett, az itt készült képek azonban egy laborasszisztens hibájából előhíváskor majdnem mind használhatatlanná váltak. A sztárok világában is otthonosan mozgott, Hollywood legendái örömmel álltak neki modellt, és Ingrid Bergmannal két évig viszonya is volt. (Mostani címlapfotónkat pedig a két Oscar-díjas Gary Cooper készítette róla.)

Robert Capa azonban már életében is jelentős szerepet játszott a médiában: három társával 1947-ben megalapították a Magnum Photost, a világ első, fotósok által létrehozott ügynökségét, amely a mai napig működik, és képeivel segíti a történelem legfontosabb pillanatainak megidézését.

Robert Capa öröksége továbbra is velünk él, és épp erre emlékeztet az a kampány, amellyel az Innocean Berlin a nemzetközi kreatívversenyek zsűrijét nyűgözte le. A Robert Capa Központtal közösen jegyzett Capa vs. War sokkolóan mutatja be, hogy a háborúk nem tűnnek el az életünkől, és a 20. század közepi, tűzvonalból exponált fotók akár ma is készülhetnek volna.

Az év első száma azonban nagyon sok kampányról, PR-megoldásról, rendezvényről, grafikai designról és persze ügynökségről, illetve megbízóról szól, hiszen hagyományosan most jelennek meg az elmúlt évet összegző M- és Apex-Listák. Bemutatjuk a rangsorok szereplőit, a sikerhez vezető utakat, a projektek háttérét és készítőiket.

Az Ügynökségi Népszámlálás adatainak segítségével képet adunk a kreatíviparban dolgozók (szabadúszók és alkalmazottak) motivációiról, elégedettségéről, munkához és társaikhoz való hozzáállásáról. Sásdi Helga, a Nyitottak Vagyunk elnöke a munkahelyi feszült párbeszédet feloldani kívánó Tördt a csendet! kampányról mesél, Ghyczy Diana grafikus, a Magyarazat mindenre filmplakát-tervezője szakmai útját osztja meg velünk, két külföldön élő szakember – Eperjesi Rita és Nagy Dezső – a berlini, illetve a lisszaboni élet tanulságait mondja el. A producerekkel készített beszélgetésünkből kiderül, hogy a filmgyártás karbonlábnyoma csak lassan csökkenthető, a TV Paprika műsorvezetői pedig elmagyarázzák, hogy a főzőtudáson kívül mi kell még a képernyős karrierhez. •



Címlapfotó: Gary Cooper: Robert Capa (Sun Valley, Idaho, 1942)

© Powerhouse Books/Jarvis

A fotográfiát utólagosan színezte: Földi Viktor

24 CAPA: AKKOR ÉS MOST



08



16



42



52

- 04 Dumáljunk meg!
- 08 Mission possible: ismét a DDB az Év ügynöksége
- 16 DDB: Állandó vetésforgóban vagyunk
- 21 Kultúrától társadalmi ügyeken és sok ezer bajnokon át Super Marióig
- 24 Túl régóta van velünk a háború
- 27 A Publicis átvette a vezetést a médiaügynökségi listán
- 30 Az Apex PR Toplista dobogósai
- 42 Varró Gabriella: Ez sokkal több, mint kipipálni a médiamegjelenéseket
- 44 Olimpiai kvalifikáció, Minecraft-világ és koncertek a díjazott események között
- 48 Bemutatjuk a HRPOWER második HR Toplistájának nyertesait
- 52 A Graphasel Stúdió harmadszor vezeti az Apex Design Toplistát, új belépő a top 5-ben
- 61 Ghyczy Diana: A fotót kinyomtattam, szétéptem, összegyűrtem, szkeneltem – tízszer
- 64 Ügynökségi Népszámlálás: a szakma több mint harmada gondolkozik külföldben
- 70 Sásdi Helga: Párbeszéddel a nyitottságért
- 72 Ez a vibe, ami visszahúz
- 76 A filmipar sosem lesz teljesen fenntartható, de minden apró eredménynek örülni kell
- 80 A főzőtudás itt csak a belépő



**Az oroszlánrésze a miénk lett.
#1 helyen állunk a RECMA New Business listáján**

Büszkék vagyunk az eredményeinkre!
Biztosak vagyunk benne, közös sikereink között
ez még csak az első - a Publicis Groupe Hungary
továbbra is élen jár a növekedésben és az innovációban!

És ez még csak a kezdet!

Három jó tanács, ha podcast indítását fontolgatod

Egy asztalhoz ültettük az Egy Sima Egy Fordított Egyesület és a Betone alapítóját. Bár Török Flóra és Román Balázs más pályán játszanak, mégis találtak több olyan közös pontot, amelyek az inklúzióról és a podcastekről egyaránt elmondhatók.

A technológia robbanásszerű fejlődésén megy keresztül, ami a rengeteg új lehetőség mellett számos kérdést is magával hoz. A Yettel szeretné a mobiltechnológia tudatosabb használatában segíteni az embereket, és valódi partnerként dialógust kezdeményezni ezekről a kérdésekről, akár a legmegosztóbb témákról is.

Török Flóra: Örült nagy podcsthallgató vagyok, ehhez az első beszívó élmény a Radnóti Színház Kortárs felbeszélések sorozata volt, a másik pedig az Egyszer lent, ami azért hatott rám erősen, mert az én életem is ilyen: sérült gyerekünk született harmadiknak, és ez totálisan megváltoztatta az életemet. De egy podcast hogy tud igazán inkluzív lenni és mindenkihez szóló? Például egy hallássérült emberhez?

Román Balázs: Nem te vagy az első, aki ezt kérdezi. Egyértelmű gyakorlat lehet erre az AI-technológiák segítségével a hangzó műsorokat szöveggé alakítani. Egy beszélgetős műsor esetében, ahol csak két hang van, egyszerűen meg lehet csinálni, és a podcast hosting felületek közül néhány már kifejezetten javasolja, hogy tegyük fel a transcriptet.

T. F.: Viszont ha lesz szöveg mindegyik podcasthez, akkor jobban kereshetővé válik, és jóval több emberhez is elérhet, így a digitális akadálymentesség sokkal több embernek jó, mint annak a szűk rétegnek, amely a fogyatékos társadalom egy részét jelenti.

R. B.: A transcript esetében valóban azt mondják, hogy a kereshetőség szempontjából kifejezetten érdemes használni. Flóra, te emlékszel a podcasttel való első találkozásra?

T. F.: Nem emlékszem konkrétan az elsőre, de a New Yorkban élő húgom ajánlhatott nekem valamit. Először a telefonom podcast lejátszóján hallgattam a beszélgetéseket, aztán megtaláltam a Pocket Casts-ot, ahol van egy saját könyvtáram. Általában a storytelling dolgokat szeretem hallgatni, és hús-vér emberek történeteit megismerni.

R. B.: Nekünk az Egyszer lenttel nem csak annyi volt a célunk, hogy csináljunk egy műsort, hanem van mögötte egy misszió. Azt szeretnénk általa elérni, hogy az emberek halljanak olyan történeteket, amelyekben nem feltétlenül a probléma a lényeges, hanem az arra adott reakció, mert ezt saját magunk adjuk.

T. F.: Hol találjátok meg az alanyokat?

R. B.: Mi is keresgélünk, de a sok epizód miatt már kapunk jelentkezéseket és ajánlásokat is. A műsor formátuma meghatározza, hogy milyen jellegű krízisekről beszélünk, és arról is van elképzelésünk, hogy milyen ívű legyen a sztori.

T. F.: Én dolgozom krízisben lévő emberekkel, és ez a műsor szerintem is reményt tud adni.

R. B.: Pontosan mivel foglalkozol?

T. F.: Hét évvel ezelőtt mi, fogyatékos gyerekeket nevelő szülők gyógypedagógusokkal együtt létrehoztunk egy egyesületet. Társadalmi vállalkozásként olyan játszótereket terveztünk és forgalmaztunk, ahol együtt játszhatnak a mozgássérült és a sima gyerekek. Több mint hetven ilyen hely lett az országban, de rá kellett jönnünk, hogy nem elég az eszközöket kitenni, hanem az emberek fejében is akadálymentesíteni kell. Ezért elkezdtünk főleg szemléletformáló foglalkozásokat tartani iskolákban, óvodákban, most már egyetemen, munkahelyen is, és számos egyéb dolgot is szervezünk.

Nagyon büszke vagyok a Ne gondold túl! kampányunkra, ami arról szól, hogy a fogyatékos embereket meg lehet szólítani, csak el kell kezdeni a beszélgetést. Nekem is nagy tanulás volt ezzel a kampánnyal kilépni a nyilvánosság elé, hiszen a nagyszüleim még azt mondták, ha fogyatékos ember volt a környezetünkben, hogy „ne nézd meg”, „ne menj oda”, „ne bámuld”. Ezzel a hozzáállással nagy árkok és falak képződtek a fogyatékos és nem fogyatékos világ között, pedig ahol együttműködés van, ott általában előbbre is tartanak. Én mindenkit arra szoktam biztatni cégépítéskor is, hogy sokkal eredményesebb lesz egy csapat, ha diverz.

R. B.: Hogyan lehet jól beszélni ezekről az állapotokról? Az akadályozottság a jó szó rá, vagy a fogyatékoság?

Fotó: Turós Balázs



TÖRÖK FLÓRA

Török Flóra Az Egy Sima Egy Fordított (hivatalos nevén az Egyesület az Inklúzióért) alapítója és operatív vezetője. Eredetileg kommunikációs szakember, majd művészgynök volt. Két sima és egy fordított gyermek anyja. Az egyesület vezetése és sorstársi csoportok kísérése mellett a Korai Fejlesztő Központban mentor-szülői szerepet is vállal.

Fotó: Soós Bertalan



ROMÁN BALÁZS

Román Balázs a Betone kreatívproducerre. Pályáját újságíróként kezdte, 2003-ban csatlakozott a Kreatívhoz marketing rovatszerkesztőként, aztán vezető szerkesztő, 2008-ban a Kreatív Online felelős főszerkesztője, majd 2013 januártól az összes Kreatív kiadvány főszerkesztője lett. 2011-ben részt vett a PPH Media saját ügynöksége, a Starski létrehozásában is, amelynek 2018-tól tartalmi vezetője volt. A podcast formátumok fejlesztésére, gyártására és értékesítésére létrejött Betone-t 2019-ben Hampuch Richárdval és Koncsag Bálinttal közösen alapította.

T. F.: Az akadályoztatás a jó szó, mert nem őt minősíti, hanem a környezetet. Például egy értelmileg akadályozott embert PC módon úgy kellene megnevezni, hogy ő intellektuális képesség-zavarral él.

R. B.: És testi érintettség esetén?

T. F.: Mozgáskorlátozott, mozgásában akadályozott, kerekesszék-használó. Ez utóbbi azért, mert akkor az aktivitását mondjuk, és nem azt, hogy valamilyen. A „valamiben szenved” szókapcsolatokat például kerülni kell, de a fogyatékossgal élőt használjuk, bár erre meg van, aki azt mondja, hogy „én a feleségemmel élek, nem a fogyatékossgommal”.

Az a fontos, hogy ha szövegben, podcastben beszéltek a fogyatékossgáról, akkor mindig tegyétek hozzá, hogy „ember”. Tehát ne főnévként, hanem melléknévként használjátok: mozgáskorlátozott utas, látássérült sportoló, kerekesszékes pszichológus.

Egyébként pedig, ha összefutsz egy érintettel, meg kell kérdezni tőle, hogy szereti, ha erre hivatkoznak. Mi most éppen a láthatatlan fogyatékossgok tematikán dolgozunk, mert egyre több iskolából érkezik ez a kérdés. És mi is gondolkozunk azon, hogy podcastezzünk. Mi az a három legfontosabb, amit érdemes szem előtt tartanunk akkor, ha szeretnénk ezen az úton elindulni?

R. B.: Kétféle indíttatása lehet ennek, az egyik, hogy már létezik egy közösség, amelynek informálására létrehozunk egy médiumot, illetve létrehoz valaki egy médiumot, és az szervez közösséget. A ti esetekben az első a valid, és ez egy sokkal könnyebb helyzet, hiszen nem a nulláról kell a közösséget felépíteni. Van már valamilyen médiumotok?

T. F.: Igen, most egy blog kommunikál rólunk.

R. B.: A blog esetében az olvasás mint információbevitel nagyon fontos és megkerülhetetlen. De milyen médiafelületet tudsz még behozni? A Facebook-csoport jó arra, hogy ott egymással interakcióba lépjenek azok, akik hasonló helyzetben vannak, a podcast

meg olyan szempontból jó, hogy ott éppen nem kell interakcióba lépni, de információt tudsz terjeszteni, meg edukálni, és ezen keresztül is épül a közösség. Én azt gondolom, hogy a podcastnek helye van, és nem is drága, de nagyon munkaigényes, ugyanakkor lényegesen alacsonyabb a belépési küszöb, mint mondjuk egy videós kontentnél, ahol a kép is számít.

T. F.: Milyen eszközöket kell beszerezni?

R. B.: Mi az első három évünkben úgy gyártottuk a podcasteket, hogy nem volt semmink, csak a Covid idején vettünk egy jó mikrofont, hogy otthon is lehessen rögzíteni. Fillérekért lehet stúdiót bérelni, a vágást pedig meg lehet tanulni, nem bonyolult. Ami fontos, hogy legyen valaki, aki a tartalomhoz ért, jó, ha van egy szerkesztő, és érdemes kitalálni egy műsorformátumot, amihez konzekvensen kell ragaszkodni. Szerintem nem érdemes túl sokat morfondírozni, el kell kezdeni csinálni, mert nagyon szépen alakul a közönség.

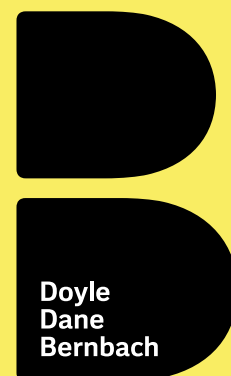
A podcastben nem csak az a zseniális, hogy sok értelmes tartalom van, hanem az is, hogy a médiapiacra belül ez az egyetlen olyan felület, amelyik teljesen igazságosan működik. Nem tudsz hallgatókat venni, nem tudod kozmetikázni a dolgokat, hogy a nap végén úgy tűnjön, hogy te mekkora nagy szupersztár vagy. Ez egy igazságos médium, és jó érzés az, amikor tényleg bebizonyosodik, hogy amit kitaláltál, működőképes. És olyan szempontból is rendkívül igazságos, hogy nem kell hozzá túl nagy médiacéges háttér, pénz és ismeretség.

A korábbi kérdésedre visszakanyarodva, a három legfontosabb tanácsom: legyen egy határozott missziótok, hogy mit szeretnétek elérni a podcasttel, legyen egy konzekvens formátumotok, és legyen rendszeres – ez utóbbi ugyanis itt majdhogynem mindennél fontosabb.

T. F.: A beszélgetés végére megtaláltam a két közös pontot, ami megmutatja, hogy érdemes inkluzívna lenni. Az első, hogy a podcast egy inkluzív, befogadó műfaj, alulról is lehet kezdeni, mint a civil szervezeteket. A második, hogy ne gondold túl, csak kezd el!

“All of us who professionally use the mass media are the shapers of society. We can vulgarize that society. We can brutalize it. Or we can help lift it onto a higher level.” -Bill Bernbach

Our founder's words have never been more relevant. We are grateful to our clients and colleagues for being part of this mission in 2024. Let's advance society together—bring your ambition and good taste to DDB. Apply at hello@ddb.hu



'MÆD3IK'*

AG | ARTIFICIAL GROUP
BOUTIQUE CREATIVE



***ZSUZSKA** is our girl. She turns brainstormings into wonderland and this is where magic happens.

*She was voted AG's Employee of the Year,
so we want to show the world that the team is the brand.*

TOP 25 Investments

Rank	Company	Value	Change
1	Apple	1,100,000,000,000	100%
2	Microsoft	700,000,000,000	100%
3	Amazon	500,000,000,000	100%
4	Google	400,000,000,000	100%
5	Facebook	300,000,000,000	100%
6	Alphabet	250,000,000,000	100%
7	Netflix	200,000,000,000	100%
8	Twitter	150,000,000,000	100%
9	LinkedIn	100,000,000,000	100%
10	Slack	80,000,000,000	100%
11	Zoom	70,000,000,000	100%
12	Dropbox	60,000,000,000	100%
13	Spotify	50,000,000,000	100%
14	Uber	40,000,000,000	100%
15	Lyft	30,000,000,000	100%
16	Twitter	20,000,000,000	100%
17	Zoom	15,000,000,000	100%
18	Zoom	10,000,000,000	100%
19	Zoom	8,000,000,000	100%
20	Zoom	6,000,000,000	100%
21	Zoom	4,000,000,000	100%
22	Zoom	3,000,000,000	100%
23	Zoom	2,000,000,000	100%
24	Zoom	1,500,000,000	100%
25	Zoom	1,000,000,000	100%

ID	Description	Status	Priority	Action
1	Task 1: Initial setup and configuration.	Completed	High	Review
2	Task 2: Data collection and analysis.	In Progress	Medium	Monitor
3	Task 3: System integration and testing.	Not Started	Low	Plan
4	Task 4: User training and documentation.	Completed	High	Finalize
5	Task 5: Deployment and post-launch support.	In Progress	Medium	Coordinate
6	Task 6: Performance optimization and security updates.	Not Started	Low	Research
7	Task 7: Regular maintenance and updates.	Ongoing	Medium	Schedule
8	Task 8: User feedback collection and analysis.	In Progress	Low	Engage
9	Task 9: Final review and project closure.	Not Started	High	Prepare

CONCEPT

The concept of tuning is a process of adjusting the parameters of a system to achieve a desired performance. This is often done in the context of control systems, where the goal is to make the system's response match a desired reference signal. Tuning involves finding the right balance between different parameters, such as gain, integral, and derivative, to achieve the desired performance. This process can be done manually or automatically using optimization algorithms.

DEFINITION

Tuning is the process of adjusting the parameters of a system to achieve a desired performance. This is often done in the context of control systems, where the goal is to make the system's response match a desired reference signal. Tuning involves finding the right balance between different parameters, such as gain, integral, and derivative, to achieve the desired performance. This process can be done manually or automatically using optimization algorithms.



TUNING

The concept of tuning is a process of adjusting the parameters of a system to achieve a desired performance. This is often done in the context of control systems, where the goal is to make the system's response match a desired reference signal. Tuning involves finding the right balance between different parameters, such as gain, integral, and derivative, to achieve the desired performance. This process can be done manually or automatically using optimization algorithms.

CONCEPT

The concept of tuning is a process of adjusting the parameters of a system to achieve a desired performance. This is often done in the context of control systems, where the goal is to make the system's response match a desired reference signal. Tuning involves finding the right balance between different parameters, such as gain, integral, and derivative, to achieve the desired performance. This process can be done manually or automatically using optimization algorithms.

The concept of tuning is a process of adjusting the parameters of a system to achieve a desired performance. This is often done in the context of control systems, where the goal is to make the system's response match a desired reference signal. Tuning involves finding the right balance between different parameters, such as gain, integral, and derivative, to achieve the desired performance. This process can be done manually or automatically using optimization algorithms.

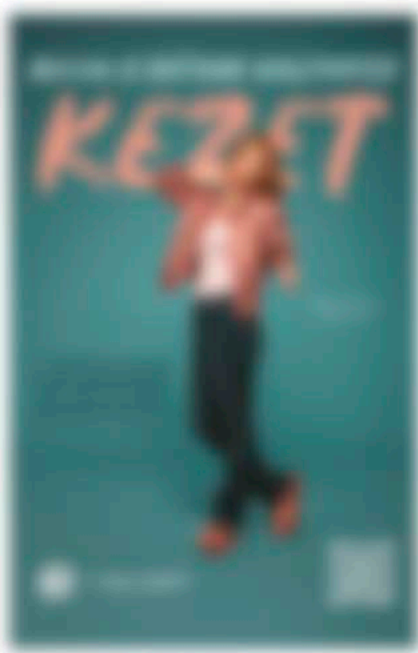
The concept of tuning is a process of adjusting the parameters of a system to achieve a desired performance. This is often done in the context of control systems, where the goal is to make the system's response match a desired reference signal. Tuning involves finding the right balance between different parameters, such as gain, integral, and derivative, to achieve the desired performance. This process can be done manually or automatically using optimization algorithms.

The concept of tuning is a process of adjusting the parameters of a system to achieve a desired performance. This is often done in the context of control systems, where the goal is to make the system's response match a desired reference signal. Tuning involves finding the right balance between different parameters, such as gain, integral, and derivative, to achieve the desired performance. This process can be done manually or automatically using optimization algorithms.

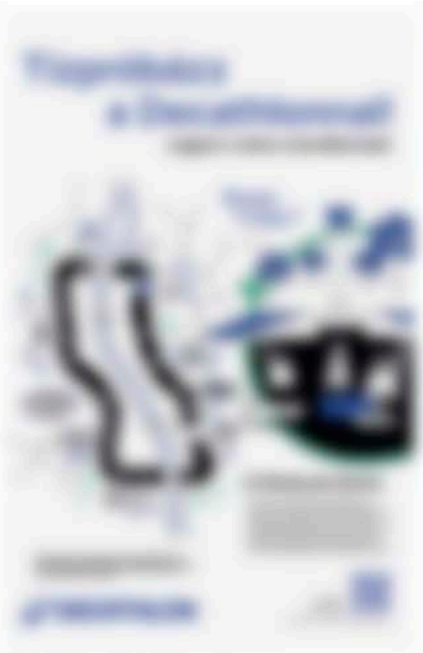
The concept of tuning is a process of adjusting the parameters of a system to achieve a desired performance. This is often done in the context of control systems, where the goal is to make the system's response match a desired reference signal. Tuning involves finding the right balance between different parameters, such as gain, integral, and derivative, to achieve the desired performance. This process can be done manually or automatically using optimization algorithms.

Rank	Brand	Share	Change
1	WUOLTA	15.2%	+0.5%
2	WUOLTA	12.8%	+0.3%
3	WUOLTA	10.5%	+0.2%
4	WUOLTA	9.8%	+0.1%
5	WUOLTA	8.7%	+0.4%
6	WUOLTA	7.9%	+0.2%
7	WUOLTA	7.1%	+0.1%
8	WUOLTA	6.5%	+0.3%
9	WUOLTA	5.8%	+0.2%
10	WUOLTA	5.2%	+0.1%
11	WUOLTA	4.6%	+0.4%
12	WUOLTA	4.1%	+0.2%
13	WUOLTA	3.7%	+0.1%
14	WUOLTA	3.3%	+0.3%
15	WUOLTA	2.9%	+0.2%
16	WUOLTA	2.6%	+0.1%
17	WUOLTA	2.3%	+0.4%
18	WUOLTA	2.0%	+0.2%
19	WUOLTA	1.8%	+0.1%
20	WUOLTA	1.6%	+0.3%

Source: WUOLTA, based on data from the WUOLTA database, 2023-2024



Source: WUOLTA, 2023



Source: WUOLTA, 2023



Source: WUOLTA, 2023



Hisszük, hogy a marketing és kommunikációs szakemberek ereje messze elér - nemcsak üzleti sikerességet teremt, hanem a jövőt is aktívan alakítja.

**LÉPJÜNK EGY IRÁNYBA,
LÉPJÜNK ELŐRE.**

Folytassuk 2025-ben is az inspiráló párbeszédet, a közös munkát, és a szakmánkról való közös gondolkodást.

KÖSZÖNJÜK NEKTEK!



Connecting
your world.

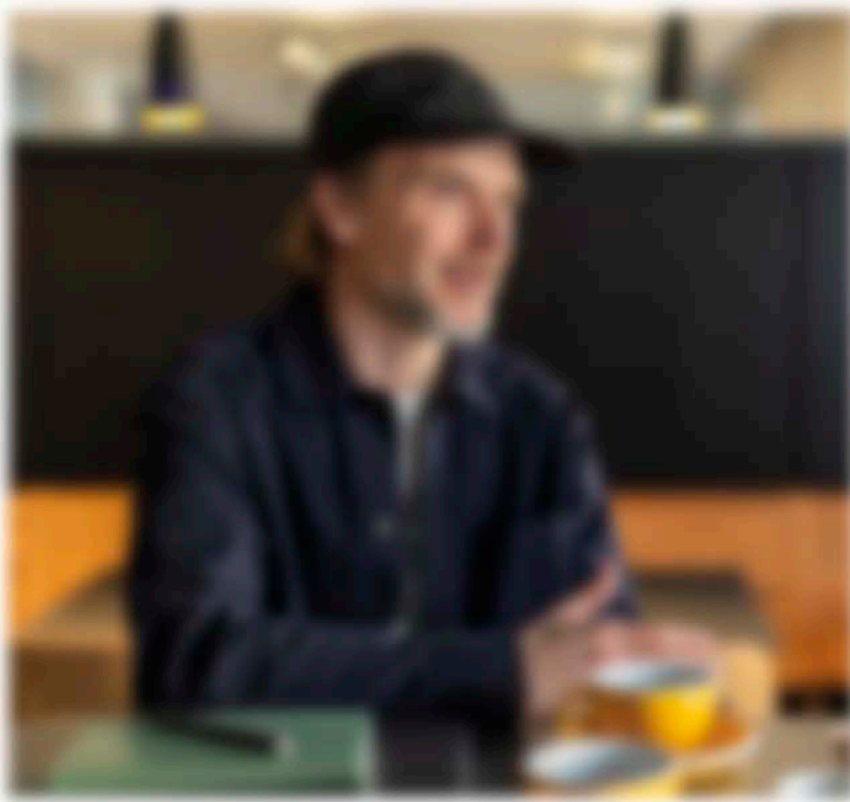


Fotók: Kiss Viktor

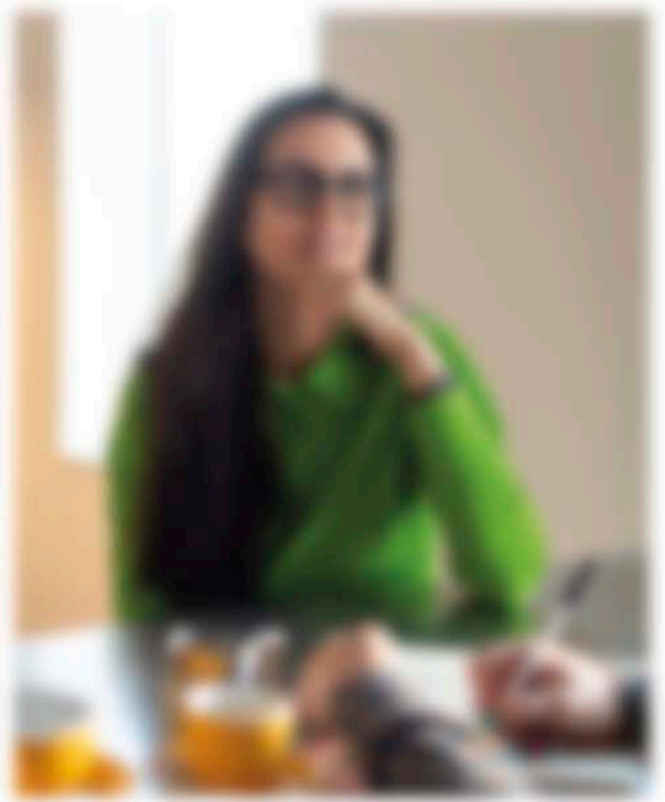
Állandó vetésforgóban vagyunk

Duplázott a DDB Budapest: a tavalyi év után idén is ők lettek az M-Listán az Év Ügynöksége. Ebben jelentős szerepe volt a cinegós Impossible Campusnak, de két legnagyobb és legrégebbi ügyfelükkel, a McDonald'szal és a Magyar Telekommal is szép sikereket értek el. Hannes Wirnsberger ügyvezető igazgatóval, Gál Sarolta stratégiai igazgatóval, Balogh Zsolt vezető kreatívigazgatóval és Tóth Dorottya kreatívigazgatóval való beszélgetésünk során a sikerreceptek mellett előkerült a versenystratégia, az ingerküszöbök áttörése, és szó esett a szakma globális gödréről is.

HORVÁTH ÁGNES ÍRÁSA



01/2022



02/2022

...the
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

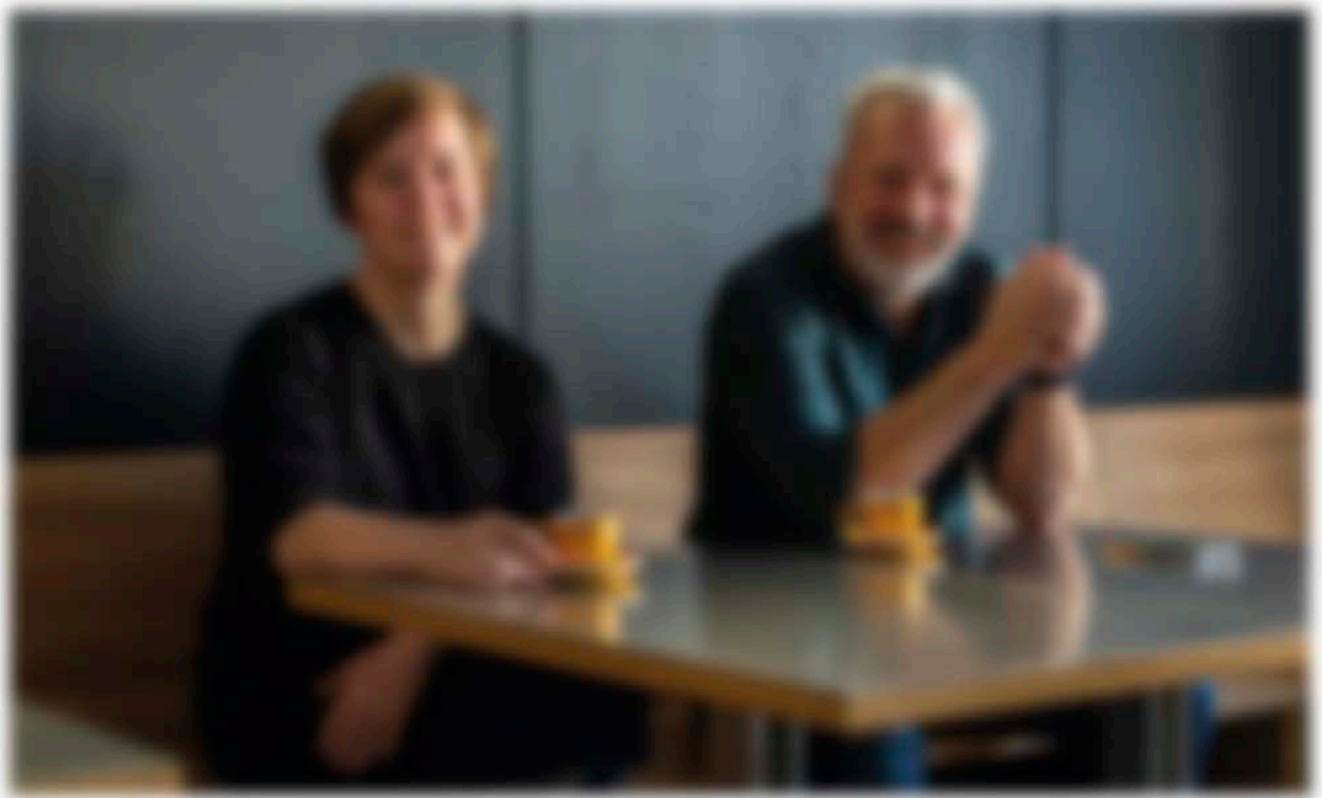
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..



© iStockphoto.com/Arny

1. The first step is to identify the problem or goal. This involves understanding the current situation and what you want to achieve.

2. Next, you need to gather information. This could involve talking to people who are affected by the problem, or looking at data and research. It's important to understand the context and the different perspectives.

3. Once you have gathered information, you need to analyze it. This involves looking for patterns, identifying the root causes of the problem, and considering the different options available.

4. After analysis, you need to develop a plan. This involves deciding on the best course of action, setting priorities, and identifying the resources you will need. It's also important to think about how you will monitor progress and make adjustments if necessary.

5. Finally, you need to implement the plan. This involves putting the plan into action, communicating with the relevant parties, and ensuring that everyone is working towards the same goal. It's also important to evaluate the results and learn from any mistakes.

6. The next step is to evaluate the results. This involves comparing the actual outcomes with the expected outcomes and identifying any gaps or areas for improvement. It's important to be honest and objective in your evaluation.

Conclusion

In conclusion, the process of problem-solving involves a series of steps that are designed to help you understand the problem, gather information, analyze it, develop a plan, implement the plan, and evaluate the results. By following these steps, you can increase your chances of finding a solution to your problem.

It's important to remember that problem-solving is a skill that can be developed and improved over time. The more you practice, the better you will become at identifying problems, gathering information, and developing effective solutions.

The first step is to identify the problem or goal. This involves understanding the current situation and what you want to achieve.

DDB: kampányok és alkotók



Fotó: J. Székely

Hogyan működik a DDB? Hogyan működik a DDB?

A DDB egy olyan vállalat, amely a reklám- és kommunikációs szektorban tevékenykedik. A cég célja, hogy a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket felhasználva segítse a vállalkozások számára a céljaik elérését. A DDB-nak számos ügyfél van, akiknek a reklám- és kommunikációs kampányait kezeli. A cég munkatársai folyamatosan tanulmányozzák a piaci tendenciákat, hogy a legújabb trendekkel lépjenek szembe. A DDB-nak számos irodája van a világ különböző részein, így a cég képes a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket a legújabb piaci tendenciákkal kombinálni.

MIKÉNT MŰKÖDÖK A DDB?

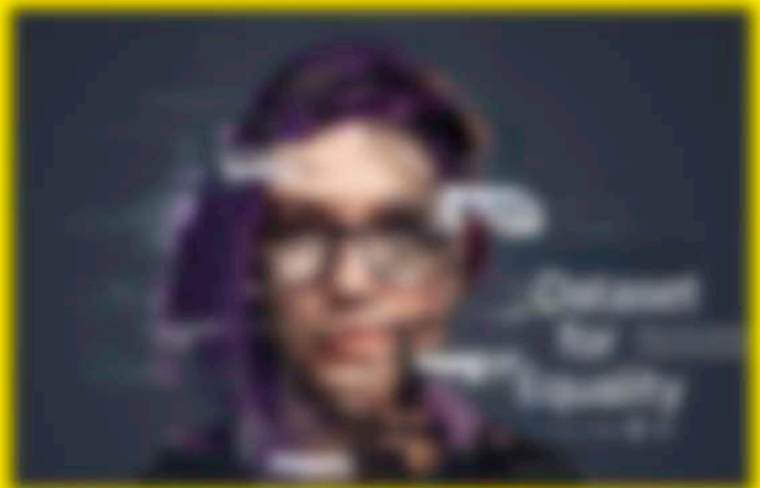
A DDB egy olyan vállalat, amely a reklám- és kommunikációs szektorban tevékenykedik. A cég célja, hogy a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket felhasználva segítse a vállalkozások számára a céljaik elérését. A DDB-nak számos ügyfél van, akiknek a reklám- és kommunikációs kampányait kezeli. A cég munkatársai folyamatosan tanulmányozzák a piaci tendenciákat, hogy a legújabb trendekkel lépjenek szembe.

A DDB-nak számos irodája van a világ különböző részein, így a cég képes a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket a legújabb piaci tendenciákkal kombinálni.

MIKÉNT MŰKÖDÖK A DDB?

A DDB egy olyan vállalat, amely a reklám- és kommunikációs szektorban tevékenykedik. A cég célja, hogy a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket felhasználva segítse a vállalkozások számára a céljaik elérését. A DDB-nak számos ügyfél van, akiknek a reklám- és kommunikációs kampányait kezeli. A cég munkatársai folyamatosan tanulmányozzák a piaci tendenciákat, hogy a legújabb trendekkel lépjenek szembe.

A DDB-nak számos irodája van a világ különböző részein, így a cég képes a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket a legújabb piaci tendenciákkal kombinálni.



Fotó: J. Székely

MIKÉNT MŰKÖDÖK A DDB?

A DDB egy olyan vállalat, amely a reklám- és kommunikációs szektorban tevékenykedik. A cég célja, hogy a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket felhasználva segítse a vállalkozások számára a céljaik elérését. A DDB-nak számos ügyfél van, akiknek a reklám- és kommunikációs kampányait kezeli. A cég munkatársai folyamatosan tanulmányozzák a piaci tendenciákat, hogy a legújabb trendekkel lépjenek szembe.

A DDB-nak számos irodája van a világ különböző részein, így a cég képes a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket a legújabb piaci tendenciákkal kombinálni.

MIKÉNT MŰKÖDÖK A DDB?

A DDB egy olyan vállalat, amely a reklám- és kommunikációs szektorban tevékenykedik. A cég célja, hogy a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket felhasználva segítse a vállalkozások számára a céljaik elérését. A DDB-nak számos ügyfél van, akiknek a reklám- és kommunikációs kampányait kezeli. A cég munkatársai folyamatosan tanulmányozzák a piaci tendenciákat, hogy a legújabb trendekkel lépjenek szembe.

A DDB-nak számos irodája van a világ különböző részein, így a cég képes a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket a legújabb piaci tendenciákkal kombinálni.

MIKÉNT MŰKÖDÖK A DDB?

A DDB egy olyan vállalat, amely a reklám- és kommunikációs szektorban tevékenykedik. A cég célja, hogy a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket felhasználva segítse a vállalkozások számára a céljaik elérését. A DDB-nak számos ügyfél van, akiknek a reklám- és kommunikációs kampányait kezeli. A cég munkatársai folyamatosan tanulmányozzák a piaci tendenciákat, hogy a legújabb trendekkel lépjenek szembe.

A DDB-nak számos irodája van a világ különböző részein, így a cég képes a legújabb technológiákat és kreatív ötleteket a legújabb piaci tendenciákkal kombinálni.

Kultúrától társadalmi ügyeken és sok ezer bajnokon át Super Marióig

HORVÁTH ÁGNES ÍRÁSA

Elérzékenyítő, elgondolkodtató, politikai témákra reflektáló kampányok mellett sportos és szórakoztató megoldások is felkerültek az idei legjobb kampányokat összegző tizes listára.

TOP 10 KAMPÁNY

M-LISTA

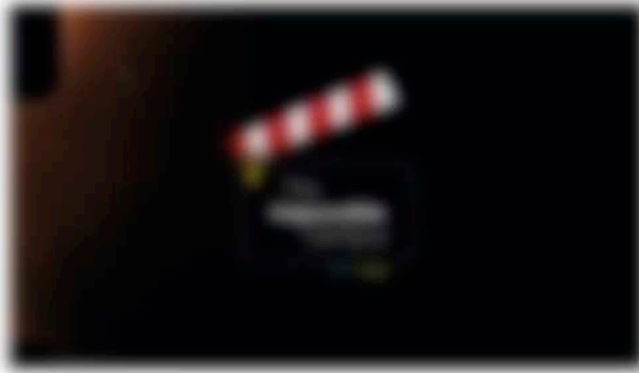
RANK	KAMPÁNY	BRAND	TEMA	ÉRTÉKELÉS
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1

... ..

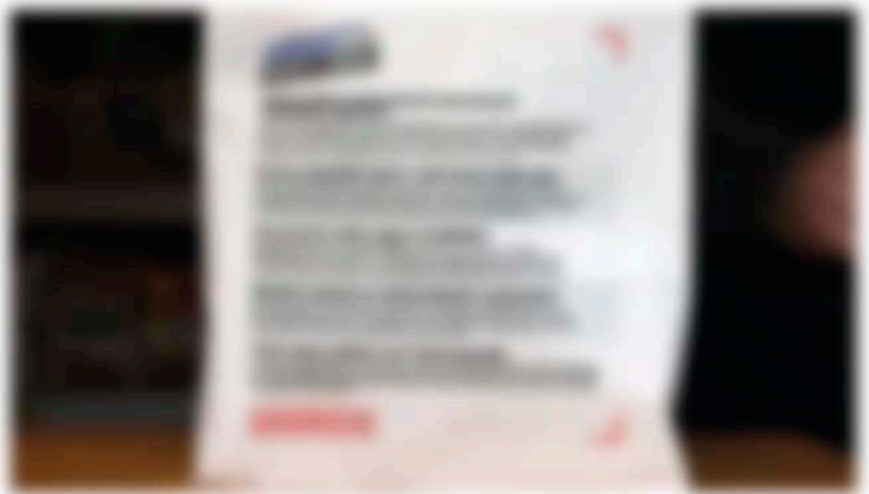
... ..



Book cover design



Product photography



Document layout

The first step in the design process is to understand the client's needs and objectives. This involves a thorough consultation with the client to gather all relevant information, including the target audience, the purpose of the project, and any specific requirements or constraints. Once this information is gathered, the next step is to create a clear and concise brief that outlines the project goals and provides a roadmap for the design process.

Research is a crucial part of the design process, as it helps to inform the design decisions and ensures that the final product is both functional and aesthetically pleasing. This involves exploring various design trends, colors, fonts, and layouts that are relevant to the project. Additionally, it's important to research the target audience to understand their preferences and expectations, which will help to create a design that resonates with them.

Once the research is complete, the next step is to create a design concept. This involves sketching out ideas and creating a visual representation of the design. It's important to explore multiple options and to be open to feedback from the client and other stakeholders. Once a concept is chosen, the next step is to create a detailed design plan that outlines the layout, color scheme, and typography.

The design process is an iterative one, and it's important to be flexible and open to change. As the design evolves, it may become clear that certain elements need to be adjusted or revised. This is a normal part of the process, and it's important to communicate these changes to the client and other stakeholders in a clear and professional manner. The goal is to create a design that is both functional and visually appealing, and that meets the client's needs and objectives.

Once the design plan is complete, the next step is to create the final design. This involves using design software to create a high-quality, professional-looking design. It's important to pay attention to detail and to ensure that the design is consistent and cohesive throughout. Additionally, it's important to create a design that is easy to use and navigate, and that provides a clear and intuitive user experience. Once the design is complete, the next step is to review it with the client and other stakeholders to ensure that it meets their needs and expectations.

The final step in the design process is to deliver the final design to the client. This involves providing the client with all the necessary files and assets, and ensuring that they are in the correct format and resolution. It's important to provide clear instructions and support to the client, and to be available to answer any questions or concerns that they may have. The goal is to ensure that the client is satisfied with the final design and that they are able to use it effectively.

Túl régóta van velünk a háború

A nyári cannes-i siker és számos további nemzetközi elismerés után 2024 végén az Epica Awardson újra ünnepelhettünk, a Robert Capa Kortárs Fotográfiai Központ és az Innocean Berlin közös munkájának ugyanis Grand Prix-t osztottak ki az egyetlen újságírók által zsűrizett nemzetközi reklámversenyen. A „Capa vs. War” plakátkampány és Robert Capa képeinek határokon átívelő relevanciájáról Kőrösi Orsolya, a Capa Központ ügyvezető igazgatója és Ricardo Wolff, az Innocean Berlin vezető kreatívigazgatója mesélt a Kreatívnek.

HANÓ ZSOLT ÍRÁSA



A nyári cannes-i siker és számos további nemzetközi elismerés után 2024 végén az Epica Awardson újra ünnepelhettünk, a Robert Capa Kortárs Fotográfiai Központ és az Innocean Berlin közös munkájának ugyanis Grand Prix-t osztottak ki az egyetlen újságírók által zsűrizett nemzetközi reklámversenyen. A „Capa vs. War” plakátkampány és Robert Capa képeinek határokon átívelő relevanciájáról Kőrösi Orsolya, a Capa Központ ügyvezető igazgatója és Ricardo Wolff, az Innocean Berlin vezető kreatívigazgatója mesélt a Kreatívnek.

A nyári cannes-i siker és számos további nemzetközi elismerés után 2024 végén az Epica Awardson újra ünnepelhettünk, a Robert Capa Kortárs Fotográfiai Központ és az Innocean Berlin közös munkájának ugyanis Grand Prix-t osztottak ki az egyetlen újságírók által zsűrizett nemzetközi reklámversenyen. A „Capa vs. War” plakátkampány és Robert Capa képeinek határokon átívelő relevanciájáról Kőrösi Orsolya, a Capa Központ ügyvezető igazgatója és Ricardo Wolff, az Innocean Berlin vezető kreatívigazgatója mesélt a Kreatívnek.

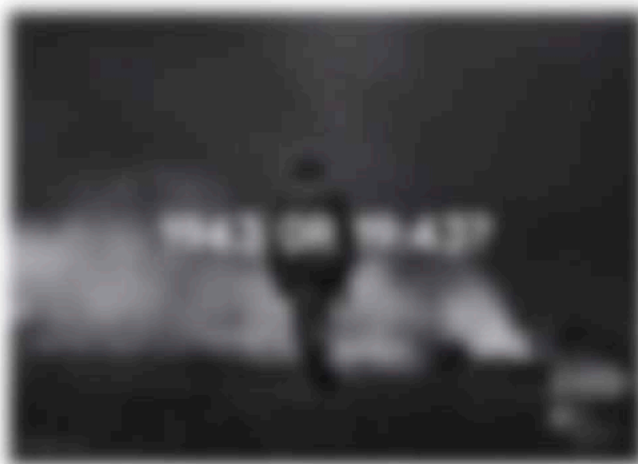
A nyári cannes-i siker és számos további nemzetközi elismerés után 2024 végén az Epica Awardson újra ünnepelhettünk, a Robert Capa Kortárs Fotográfiai Központ és az Innocean Berlin közös munkájának ugyanis Grand Prix-t osztottak ki az egyetlen újságírók által zsűrizett nemzetközi reklámversenyen. A „Capa vs. War” plakátkampány és Robert Capa képeinek határokon átívelő relevanciájáról Kőrösi Orsolya, a Capa Központ ügyvezető igazgatója és Ricardo Wolff, az Innocean Berlin vezető kreatívigazgatója mesélt a Kreatívnek.

A nyári cannes-i siker és számos további nemzetközi elismerés után 2024 végén az Epica Awardson újra ünnepelhettünk, a Robert Capa Kortárs Fotográfiai Központ és az Innocean Berlin közös munkájának ugyanis Grand Prix-t osztottak ki az egyetlen újságírók által zsűrizett nemzetközi reklámversenyen. A „Capa vs. War” plakátkampány és Robert Capa képeinek határokon átívelő relevanciájáról Kőrösi Orsolya, a Capa Központ ügyvezető igazgatója és Ricardo Wolff, az Innocean Berlin vezető kreatívigazgatója mesélt a Kreatívnek.

A nyári cannes-i siker és számos további nemzetközi elismerés után 2024 végén az Epica Awardson újra ünnepelhettünk, a Robert Capa Kortárs Fotográfiai Központ és az Innocean Berlin közös munkájának ugyanis Grand Prix-t osztottak ki az egyetlen újságírók által zsűrizett nemzetközi reklámversenyen. A „Capa vs. War” plakátkampány és Robert Capa képeinek határokon átívelő relevanciájáról Kőrösi Orsolya, a Capa Központ ügyvezető igazgatója és Ricardo Wolff, az Innocean Berlin vezető kreatívigazgatója mesélt a Kreatívnek.

A nyári cannes-i siker és számos további nemzetközi elismerés után 2024 végén az Epica Awardson újra ünnepelhettünk, a Robert Capa Kortárs Fotográfiai Központ és az Innocean Berlin közös munkájának ugyanis Grand Prix-t osztottak ki az egyetlen újságírók által zsűrizett nemzetközi reklámversenyen. A „Capa vs. War” plakátkampány és Robert Capa képeinek határokon átívelő relevanciájáról Kőrösi Orsolya, a Capa Központ ügyvezető igazgatója és Ricardo Wolff, az Innocean Berlin vezető kreatívigazgatója mesélt a Kreatívnek.

„A Capa központtal nem jöttünk a gyors átalakításokért, hanem azért, hogy olyan témákat dolgozzunk fel, amelyek világszerte relevánsak – mint például a háború. A gyorsan változó világhoz mindig nagyon fontosnak tartjuk a kapcsolatot.”



1. THE 100

The 100 is a list of the 100 most influential people in American history. The list is compiled by a panel of historians and is published annually. The list is a mix of men and women, and includes people from all walks of life. The list is a reflection of the American dream and the American spirit.

The 100 is a list of the 100 most influential people in American history. The list is compiled by a panel of historians and is published annually. The list is a mix of men and women, and includes people from all walks of life. The list is a reflection of the American dream and the American spirit.

The 100 is a list of the 100 most influential people in American history. The list is compiled by a panel of historians and is published annually. The list is a mix of men and women, and includes people from all walks of life. The list is a reflection of the American dream and the American spirit.

The 100 is a list of the 100 most influential people in American history. The list is compiled by a panel of historians and is published annually. The list is a mix of men and women, and includes people from all walks of life. The list is a reflection of the American dream and the American spirit.

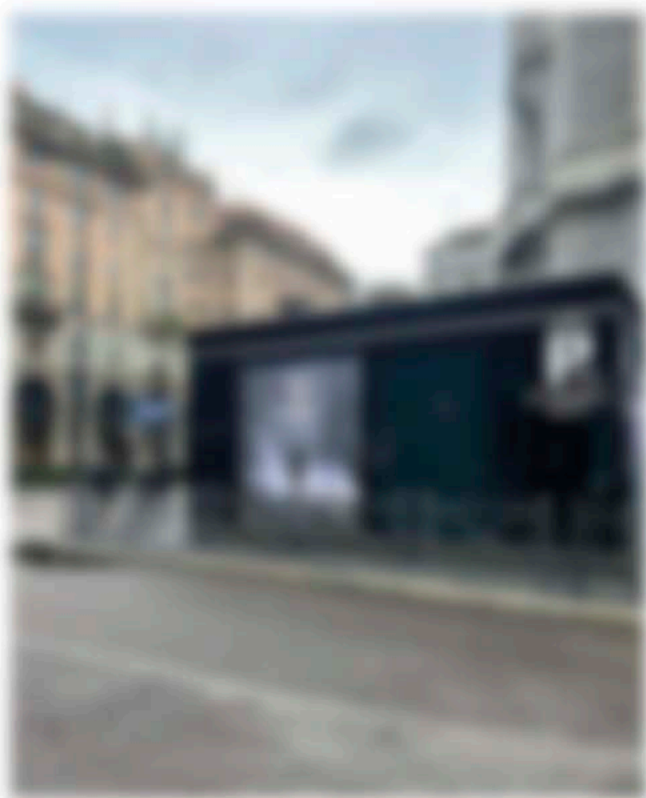
2. THE 100

The 100 is a list of the 100 most influential people in American history. The list is compiled by a panel of historians and is published annually. The list is a mix of men and women, and includes people from all walks of life. The list is a reflection of the American dream and the American spirit.

The 100 is a list of the 100 most influential people in American history. The list is compiled by a panel of historians and is published annually. The list is a mix of men and women, and includes people from all walks of life. The list is a reflection of the American dream and the American spirit.

QUESTION

1. The following are the main components of a business plan:
- Executive Summary
 - Company Description
 - Market Analysis
 - Organization and Management
 - Products and Services
 - Marketing and Sales Strategy
 - Financial Projections
 - Risk Analysis
 - Appendices
2. The purpose of a business plan is to:
- Define the business's goals and objectives
 - Identify the market and target audience
 - Determine the resources needed to start and run the business
 - Provide a roadmap for the business's growth
 - Attract investors and lenders
3. The market analysis section of a business plan should include:
- Industry overview
 - Market size and growth
 - Target market
 - Competitor analysis
 - Market trends
4. The financial projections section of a business plan should include:
- Start-up costs
 - Operating expenses
 - Revenue projections
 - Profit and loss statement
 - Balance sheet
 - Cash flow statement
5. The risk analysis section of a business plan should include:
- Market risks
 - Operational risks
 - Financial risks
 - Legal risks
 - Human resources risks



The image shows a modern bus stop shelter with a large digital display screen. The shelter is dark-colored and has a sleek, contemporary design. The screen displays a person's face, possibly a passenger or a person of interest. The shelter is located on a city street, with buildings and other structures visible in the background. The overall scene is urban and modern.

The image shows a modern bus stop shelter with a large digital display screen. The shelter is dark-colored and has a sleek, contemporary design. The screen displays a person's face, possibly a passenger or a person of interest. The shelter is located on a city street, with buildings and other structures visible in the background. The overall scene is urban and modern.

The image shows a modern bus stop shelter with a large digital display screen. The shelter is dark-colored and has a sleek, contemporary design. The screen displays a person's face, possibly a passenger or a person of interest. The shelter is located on a city street, with buildings and other structures visible in the background. The overall scene is urban and modern.

The image shows a modern bus stop shelter with a large digital display screen. The shelter is dark-colored and has a sleek, contemporary design. The screen displays a person's face, possibly a passenger or a person of interest. The shelter is located on a city street, with buildings and other structures visible in the background. The overall scene is urban and modern.

The image shows a modern bus stop shelter with a large digital display screen. The shelter is dark-colored and has a sleek, contemporary design. The screen displays a person's face, possibly a passenger or a person of interest. The shelter is located on a city street, with buildings and other structures visible in the background. The overall scene is urban and modern.

A Publicis átvette a vezetést a médiaügynökségi listán

Az M-Lista 2024-es médiaügynökségi listáján előretört a Publicis Groupe Hungary, miután a 2022-es és 2023-as listán rendre második helyen végzett. A tavalyi listavezető Wavemaker Hungary idén a negyedik helyre került, a Lounge Group pedig lekerült a listáról. Cikkünkben arra kértük meg az M-Listából származtatott öt legjobban teljesítő médiaügynökséget, hogy értékeljék a 2024-es évet.

HANÓ ZSOLT ÍRÁSA



Év	Termék	Érték	Arány	Érték
2017
2016
2015
2014
2013

2017-es reklámozható termékek

Reklámozható termékek

Az alábbi listában szerepelnek azok a termékek, amelyekre a 2017-es évben reklámozható. A lista a legnépszerűbb termékeket tartalmazza, amelyekre a legtöbb reklám került fel. A listában szereplő termékek között találhatók élelmiszerek, italok, ruházati cikkek, kozmetikumok, valamint egyéb termékek is. A lista a reklámozható termékek listáját tartalmazza, amely a legnépszerűbb termékeket tartalmazza, amelyekre a legtöbb reklám került fel.



2016-es reklámozható termékek

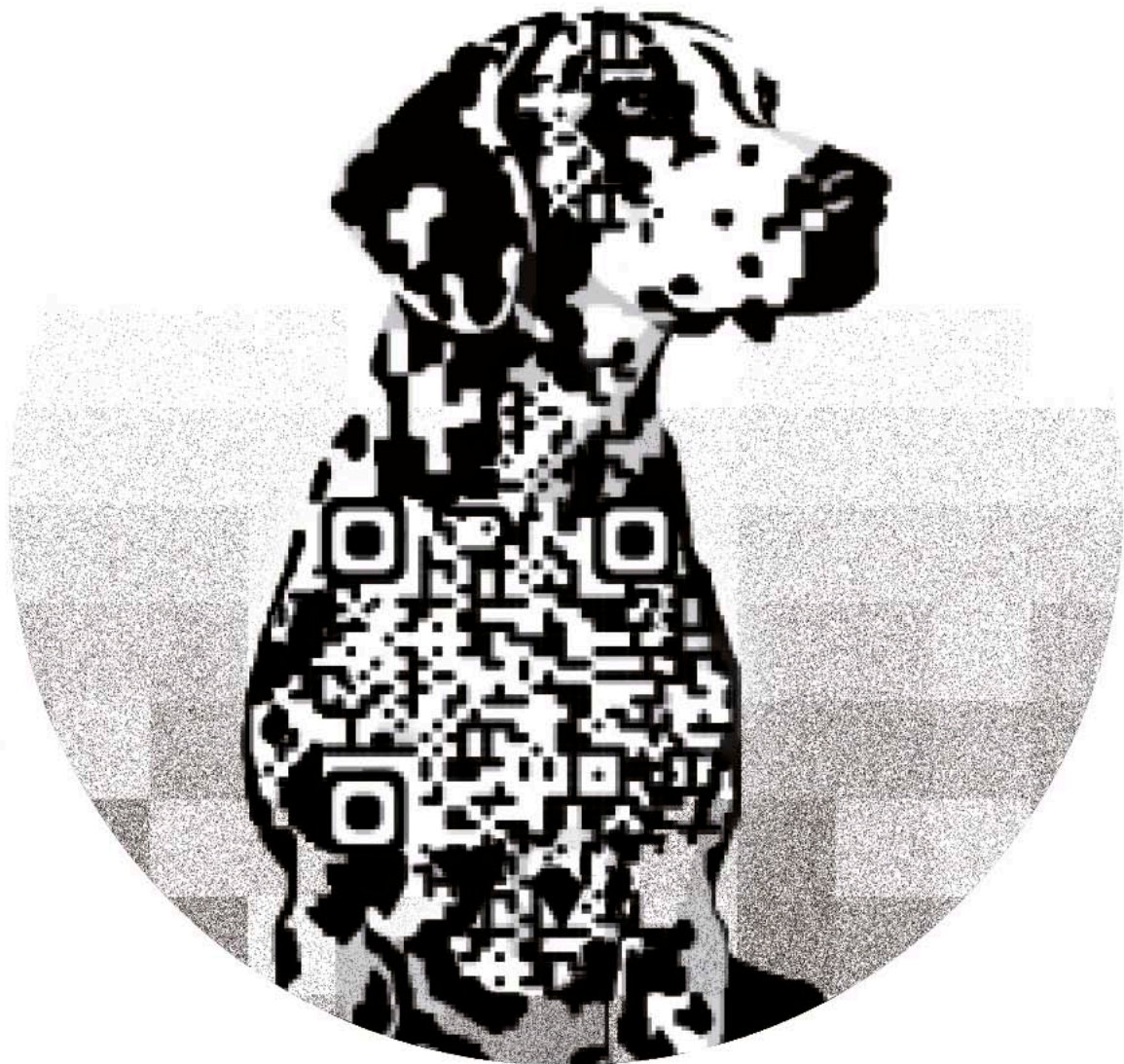
Reklámozható termékek

Az alábbi listában szerepelnek azok a termékek, amelyekre a 2016-es évben reklámozható. A lista a legnépszerűbb termékeket tartalmazza, amelyekre a legtöbb reklám került fel. A listában szereplő termékek között találhatók élelmiszerek, italok, ruházati cikkek, kozmetikumok, valamint egyéb termékek is. A lista a reklámozható termékek listáját tartalmazza, amely a legnépszerűbb termékeket tartalmazza, amelyekre a legtöbb reklám került fel.



LEHET EBBŐL, AZ OLDALBÓL VACSORA KUTYÁKNAK?

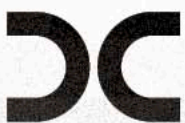
DENTSU CREATIVE



Veled igen. Tudjuk, hogy ez a köszönet helye, ez részünkről hatalmas, erejét pedig arra szeretnénk használni, hogy a pontszerző kampányon túl itt is segítsünk a Vigyél Haza Alapítványnak – hogy Vilmos, Eperke és a többiek még egyszer jóllakhassanak.

A QR-kód beolvasásával máris egy senior kutyának szóló menüvé változtathatod ezt az oldalt. Ugye mennyivel nagyobb az öröm, mintha pezsgővel koccintanánk?!

Hatalmas pacsli érte – és az M-Lista helyezésért, amelynek köszönhetően megkaptuk ezt a lehetőséget nekik.



Az Apex PR Toplista dobogósai: Lounge, Noguchi és Mediator

MOLNÁR KINGA ÍRÁSA

A 2024-es versenyeredmények után a korábbi évekhez képest több jelentős változás történt az Apex PR Toplista első tíz helyén. Az ügynökségi rangsor élén tíz év után új név szerepel, a megbízói lista pedig szinte teljesen frissült.

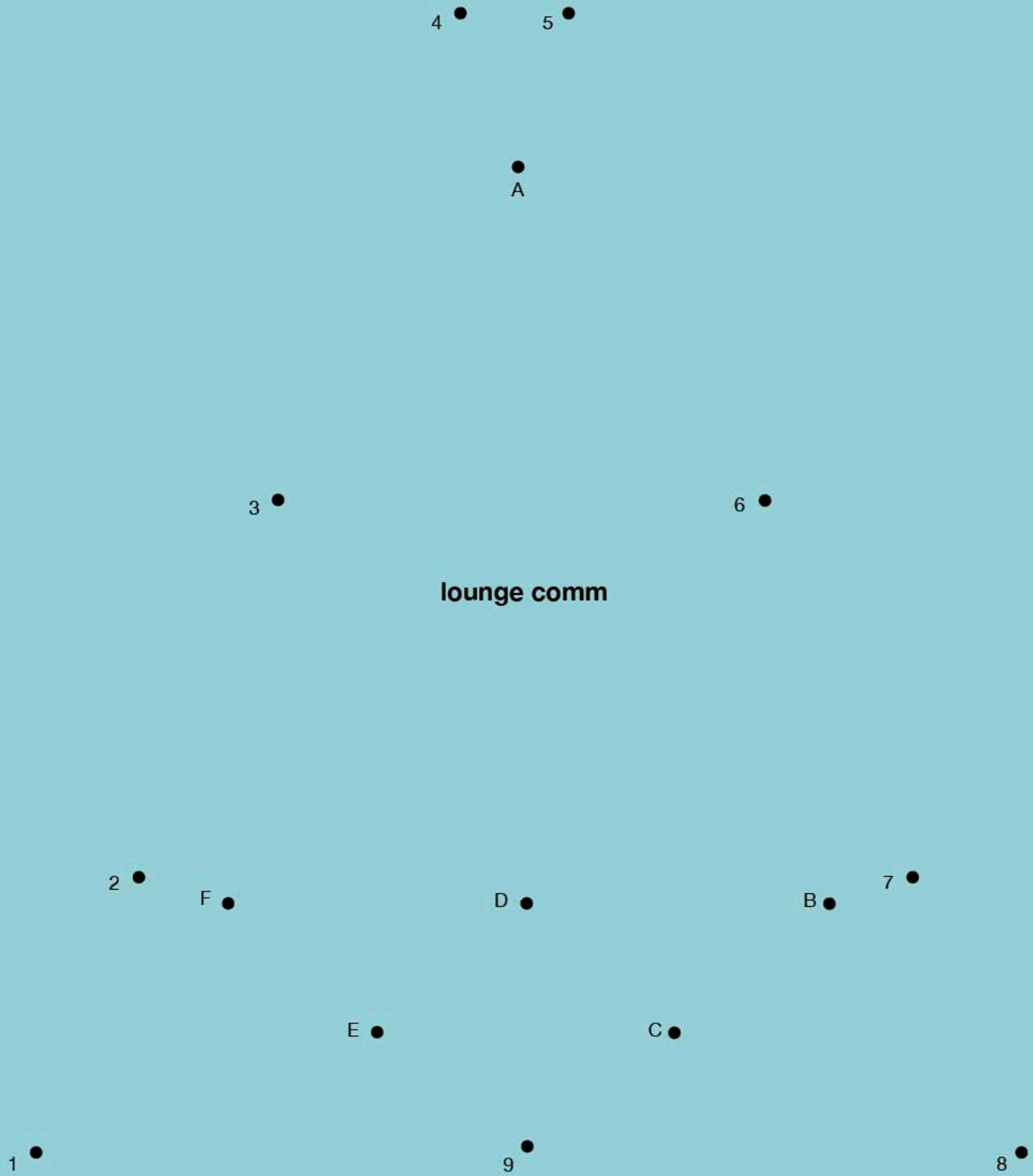
Az Apex PR Toplista 2024-es versenyeredményei után a korábbi évekhez képest több jelentős változás történt az első tíz helyén. Az ügynökségi rangsor élén tíz év után új név szerepel, a megbízói lista pedig szinte teljesen frissült.

Az Apex PR Toplista 2024-es versenyeredményei után a korábbi évekhez képest több jelentős változás történt az első tíz helyén. Az ügynökségi rangsor élén tíz év után új név szerepel, a megbízói lista pedig szinte teljesen frissült.

Az Apex PR Toplista 2024-es versenyeredményei után a korábbi évekhez képest több jelentős változás történt az első tíz helyén. Az ügynökségi rangsor élén tíz év után új név szerepel, a megbízói lista pedig szinte teljesen frissült.

Apex PR Toplista 2024
Ügyvezetői Rangsor

Kösd össze a pontokat!



Köszönjük ügyfeleinknek, kollégáinknak és partnereinknek, hogy mi megtehattük!

A helyes válasz:
APEX PR Toplista 1. hely

NOGUCHI x VALÓDI TÉNYALAPÚ TÖRTÉNETEK

Midjourney-vel generált AI-influenszer beszélget a ChatGPT-vel új metaverzum-podcastjában a memecoin-járól?

**Szerintünk a valóság izgalmasabb,
a tények hitelesebbek, egy igaz történet
emlékezetesebb.**

Elsők között, de nem öncélúan használjuk az új technológiákat. A hosszú távú, stratégiai gondolkodásban hiszünk. Ahogy ügyfeleink is.

Köszönjük a bizalmat!

Idén is azon leszünk, hogy még több ügyfelünkkel, még több izgalmas történet sikerét ünnepelhessük!

Az Uniomedia tíz év után visszavett a PR-versenyekből

Míg 2023-ban 116, addig 2024-ben 27 pályázatot adott le versenyeken az Uniomedia, de vajon miért? Erről beszélgettünk Balatoni Zsófia és Római Róbert alapítókkal és Rózsa Iván vezérigazgató-helyettessel.



Rózsa Iván



Római Róbert és Balatoni Zsófia

Tavaly tizedik alkalommal nyerte meg az Apex PR-listáját az Uniomedia, és ebben az időszakban összesen több mint 300 nemzetközi és hazai díjat vihettek haza. Ezen eredmények után azonban úgy érezték: ideje visszavenni a versenyzésből, és másra fordítani ezt az energiát.

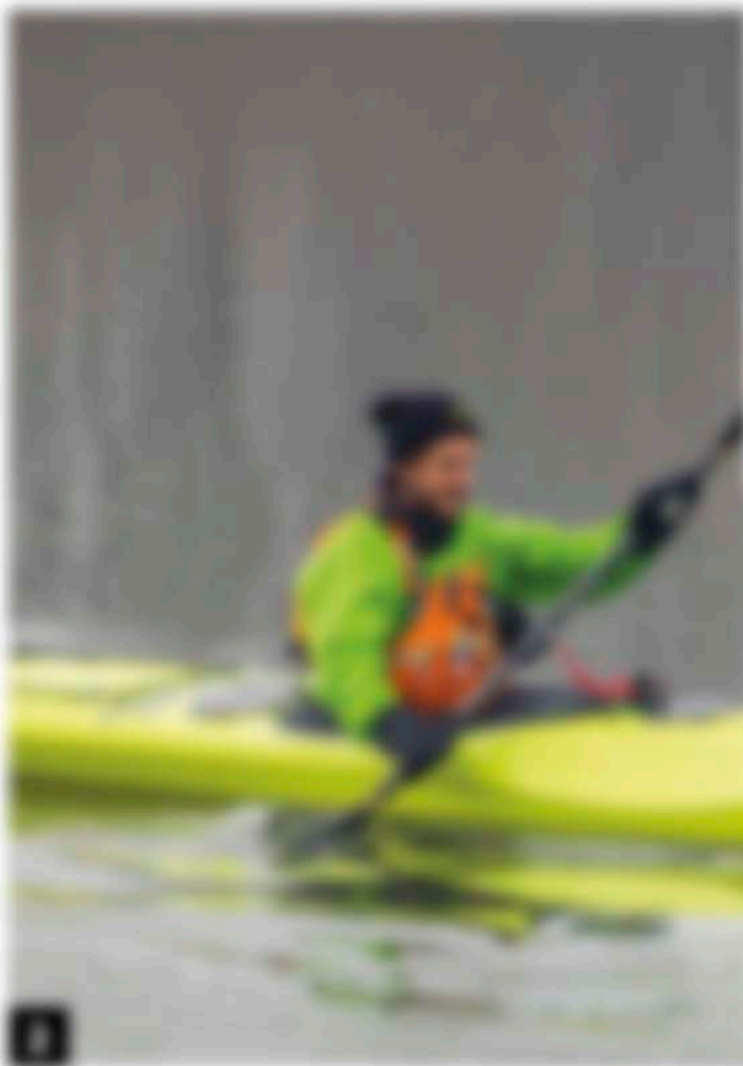
Balatoni Zsófia alapító szerint az Uniomedia helyzeti előnye, hogy méretéből fakadóan sok kampánnyal tud versenyezni. „Sok munkánk van, amelyek eredményesek is, ezért ha rászántuk a szükséges energiát, mindig kiugróan magas pontokkal vezettük ezt a listát. Minket gyakorlatilag csak egy, nálunk tökeerősebb cég tudott megközelíteni az elmúlt években. A kisebb ügynökségek viszont háttérbe szorultak akkor is, ha volt néhány igazán kimagasló kampányuk abban az évben. Hosszú távon nem tesz jót a versenyeknek, ha a legnagyobb cégek uralják.”

A cég másik alapítója, Római Róbert szerint ez a lista egy fontos minőségi mutató. „A megrendelőket segíti abban, hogy jobban fel tudják mérni, milyen poolból érdemes ügynökséget választaniuk maguknak. Nekünk tíz év után erre a plusz figyelemre már nincs szükségünk. Továbbra is versenyzünk a legjobb kampányokkal, főleg, ha az ügyfeleink ezt igénylik. De nem törekszünk arra, hogy újra az év PR-ügynöksége legyünk. Az Uniomedia már alapításakor sem volt tisztán PR-ügynökség, az első projektünk is egy nagyon sikeres branding volt. Az első

pillanattól készítettünk reklámokat, dolgoztunk marketing-stratégiákon a PR mellett. A piac azóta nem csak tolerálja ezt a holisztikusabb megközelítést, de igényli is. Az év PR-ügynökségének lenni nagyon jó dolog, de be is határol. Stratégiai kommunikációs ügynökség voltunk és vagyunk. Az ügyfeleink tudják, hogy a PR-nél jóval tágabb szaktudás van ebben a cégben. De a potenciális ügyfeleinknek sem árt, ha nem csak PR-ben gondolkodnak rájuk” – összegezte Római Róbert.

„Az Uniomediában kétségtelenül az egyik legerősebb kompetencia a storytelling, ami narratívák köré épül, de a stratégiai megközelítés volt mindig is az ügynökség fő erőssége. A szenior teamben mindemellett dolgoznak kreatívok, social media, branding szakemberek. Házon belül működik videós és animációs team” – egészíti ki az ügynökség magyarországi működését irányító Rózsa Iván. „Az Uniomedia idén már 15. éve dolgozik regionálisan, és ötödik éve kontinenseken átívelő projektekben is részt vesz, egyre több a nemzetközi munkánk. Az ESG tanácsadás és jelentések készítése is egy új, egyre növekvő terület. A csoport az elmúlt két évben mintegy 45 százalékot növekedett, ami nagyon jó, de egyben megterhelő is a szervezetnek. Fókuszálnunk kell az energiáinkat.

A versenyeken ettől függetlenül ott vagyunk, ha nem is a korábbi lendülettel. Hiszen a szakmai díjak továbbra is fontos minőségi mutatói ennek a szakmának.”



RESEARCH

Project: [illegible]
 Location: [illegible]

[Illegible text describing the project or location]

[Illegible text describing the project or location]



RESEARCH

Project: [illegible]
 Location: [illegible]

[Illegible text describing the project or location]



RESEARCH

Project: [illegible]
 Location: [illegible]

[Illegible text describing the project or location]

[Illegible text describing the project or location]



Büszkék vagyunk arra, hogy vállalatunk bekerült az Apex Kreatív PR Toplista legjobb megbízói közé. Az általunk képviselt minőség nemcsak szolgáltatásainkban, hanem szakmai teljesítményünkben is megmutatkozik.

Köszönjük partnereinknek a közös munkát!



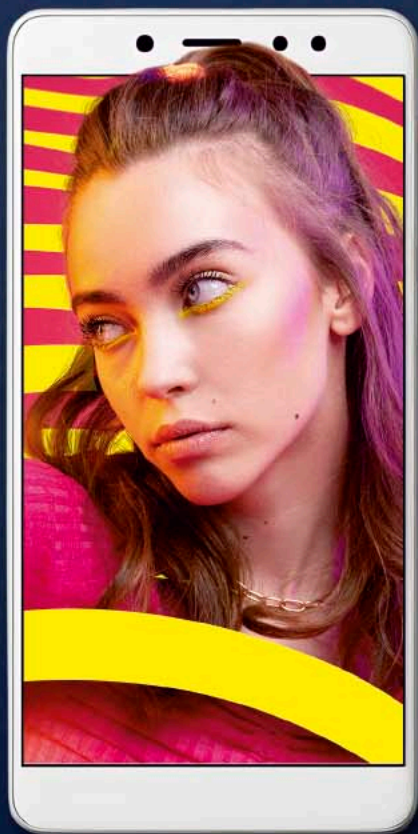


Avantgarde PR

| Avantgarde Digital

| Premier Hungary

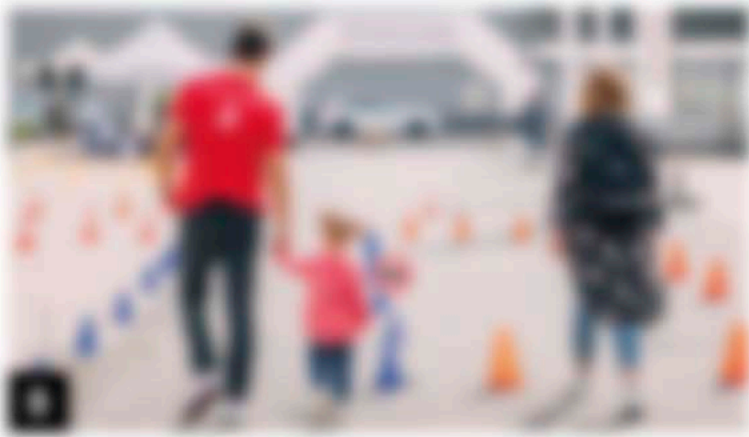
LET'S DO SOMETHING GOOD TOGETHER!



Apex Kreatív PR Toplista
Ügynökség 2024
Köszönjük, hogy velünk
tartotok 2025-ben is!



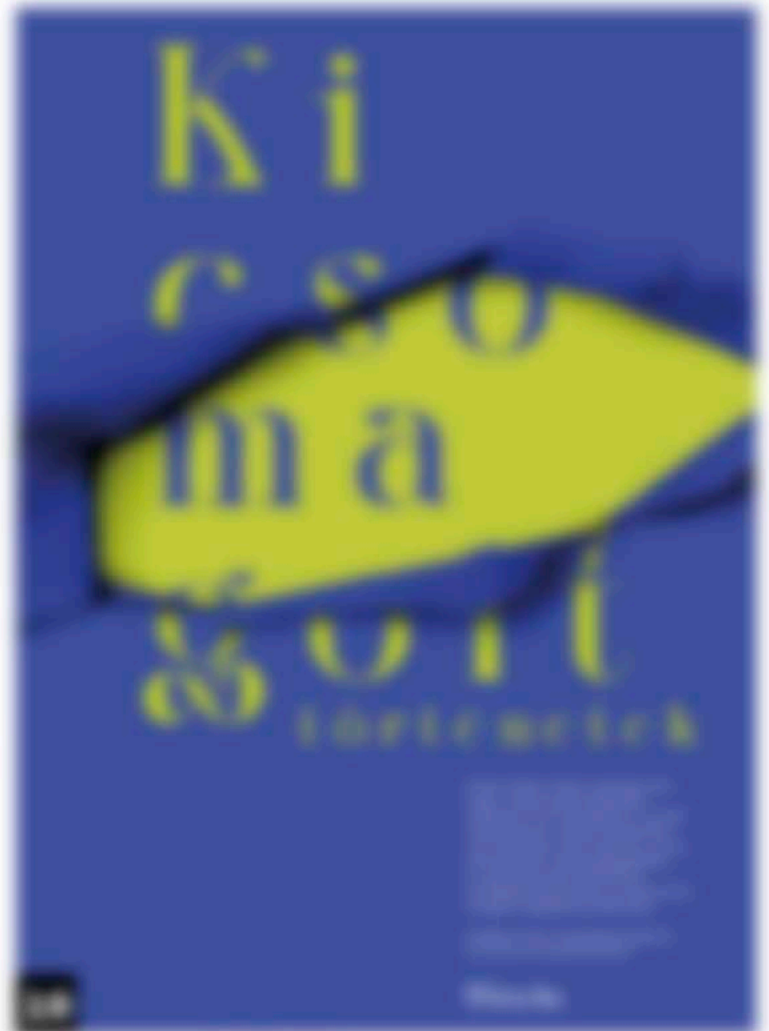
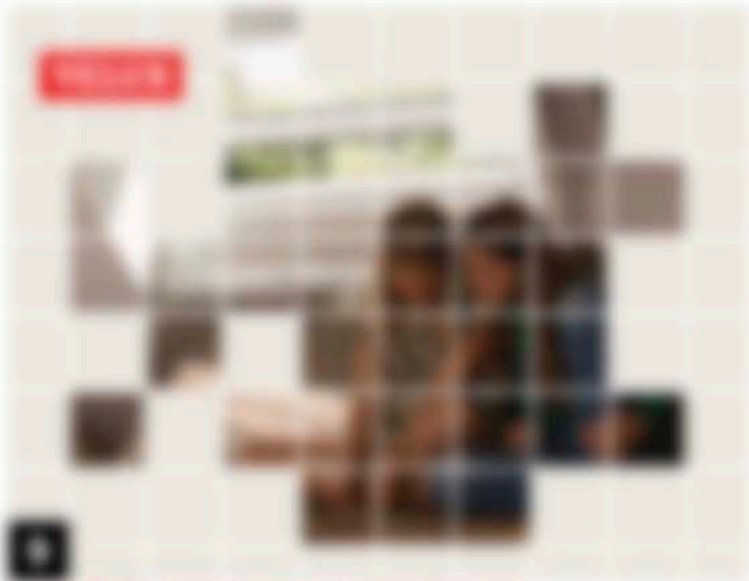
WWW.AVANTGARDE.HU



REKREATIONELLE SPORTSPELLEN

Titel: Rekreationelle Sportspele
 Spring 2016

Rekreationelle sportspele erfordern keine besonderen Fähigkeiten, sondern sind für alle Altersgruppen geeignet. Sie dienen der Entspannung und der Förderung der körperlichen Aktivität. In der Freizeit können sich Menschen an verschiedenen Sportarten beteiligen, die ihnen Spaß machen und sie in Bewegung bringen. Dies kann von einfachen Spielen wie Tischtennis bis hin zu komplexeren Aktivitäten wie Wandern oder Joggen reichen. Die Teilnahme an solchen Aktivitäten ist nicht nur gesundheitsfördernd, sondern auch ein hervorragendes Mittel zur Stressbewältigung und zur Verbesserung der psychischen Gesundheit.



REKREATIONELLE SPORTSPELLEN

Titel: Kiesmaße
 Spring 2016

Rekreationelle sportspele sind eine hervorragende Möglichkeit, sich in der Freizeit zu betätigen und die körperliche Aktivität zu steigern.

REKREATIONELLE SPORTSPELLEN

Titel: Rekreationelle Sportspele
 Spring 2016

Rekreationelle sportspele sind eine hervorragende Möglichkeit, sich in der Freizeit zu betätigen und die körperliche Aktivität zu steigern. Sie sind für alle Altersgruppen geeignet und können in der Freizeit oder in der Schule durchgeführt werden. Durch die Teilnahme an solchen Aktivitäten können Menschen ihre körperliche Fitness verbessern und sich gleichzeitig entspannen. Dies ist ein wichtiger Bestandteil eines gesunden Lebensstils.

Rekreationelle sportspele sind eine hervorragende Möglichkeit, sich in der Freizeit zu betätigen und die körperliche Aktivität zu steigern. Sie sind für alle Altersgruppen geeignet und können in der Freizeit oder in der Schule durchgeführt werden. Durch die Teilnahme an solchen Aktivitäten können Menschen ihre körperliche Fitness verbessern und sich gleichzeitig entspannen. Dies ist ein wichtiger Bestandteil eines gesunden Lebensstils.

Együtt jobbak vagyunk, mint egyedül bármelyikünk!

Ray Kroc

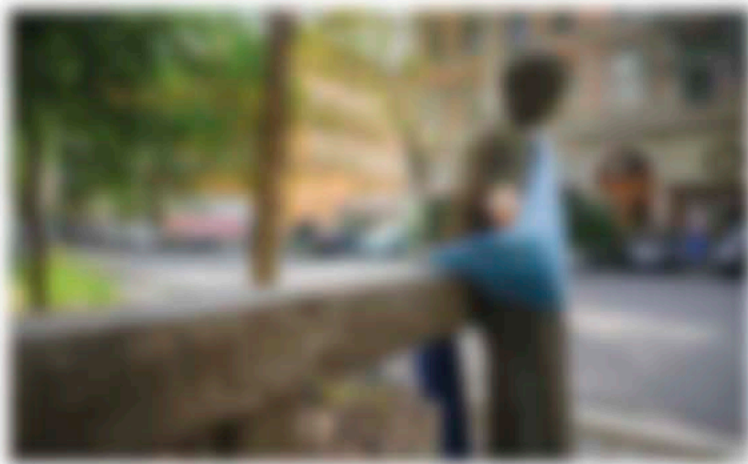
A McDonald's alapítója

Köszönjük a sikeres és mindig inspiráló közös munkát az ügynökségeinknek és a partnereinknek.
Büszkék vagyunk rá, hogy a Meki® is ott van a 2024-es

M Lista és az APEX PR Toplista első 10 megbízója között.

2025-ben is folytatjuk közösen!





© iStockphoto.com/Andreas Gahr



© iStockphoto.com/Andreas Gahr



© iStockphoto.com/Andreas Gahr

Handstand

Handstand is a parkour move where the person balances on their hands. It is a challenging move that requires a lot of strength and balance. It is often used as a warm-up or as a part of a routine.

Handstand is a parkour move where the person balances on their hands. It is a challenging move that requires a lot of strength and balance. It is often used as a warm-up or as a part of a routine.

Handstand is a parkour move where the person balances on their hands. It is a challenging move that requires a lot of strength and balance. It is often used as a warm-up or as a part of a routine.

Handstand is a parkour move where the person balances on their hands. It is a challenging move that requires a lot of strength and balance. It is often used as a warm-up or as a part of a routine.

Handstand

Handstand is a parkour move where the person balances on their hands. It is a challenging move that requires a lot of strength and balance. It is often used as a warm-up or as a part of a routine.

Handstand is a parkour move where the person balances on their hands. It is a challenging move that requires a lot of strength and balance. It is often used as a warm-up or as a part of a routine.

Handstand is a parkour move where the person balances on their hands. It is a challenging move that requires a lot of strength and balance. It is often used as a warm-up or as a part of a routine.

Olimpiai kvalifikáció, Minecraft-világ és koncertek a díjazott események között

A Kreatív idén negyedik alkalommal állította össze az Event/BTL listát, ahol külföldi és hazai versenyeken elért eredmények alapján rangsoroltuk az ügynökségeket.

PAPP OLIVÉR ÍRÁSA

Bevezetés

A Kreatív idén negyedik alkalommal állította össze az Event/BTL listát, ahol külföldi és hazai versenyeken elért eredmények alapján rangsoroltuk az ügynökségeket. A lista célja az, hogy megmutassuk, melyek az elmúlt évben a legjobban teljesítő ügynökségek, és hogy segítsünk a döntéshozók számára a legjobbak kiválasztásában. A lista összeállításához a Kreatív idén a legfontosabb versenyeken elért eredményeket vettük figyelembe, és a legjobb eredményeket elért ügynökségeket rangsoroltuk.

A lista összeállításához a Kreatív idén a legfontosabb versenyeken elért eredményeket vettük figyelembe, és a legjobb eredményeket elért ügynökségeket rangsoroltuk. A lista célja az, hogy megmutassuk, melyek az elmúlt évben a legjobban teljesítő ügynökségek, és hogy segítsünk a döntéshozók számára a legjobbak kiválasztásában. A lista összeállításához a Kreatív idén a legfontosabb versenyeken elért eredményeket vettük figyelembe, és a legjobb eredményeket elért ügynökségeket rangsoroltuk.

A lista összeállításához a Kreatív idén a legfontosabb versenyeken elért eredményeket vettük figyelembe, és a legjobb eredményeket elért ügynökségeket rangsoroltuk. A lista célja az, hogy megmutassuk, melyek az elmúlt évben a legjobban teljesítő ügynökségek, és hogy segítsünk a döntéshozók számára a legjobbak kiválasztásában. A lista összeállításához a Kreatív idén a legfontosabb versenyeken elért eredményeket vettük figyelembe, és a legjobb eredményeket elért ügynökségeket rangsoroltuk.

1. helyezett

Az első helyezett a [Ügynökség neve], amely a legjobban teljesített az elmúlt évben. A listán szereplő ügynökségek között a legmagasabb helyezést a [Ügynökség neve] érte el, amely a legjobban teljesített az elmúlt évben.

Az első helyezett a [Ügynökség neve], amely a legjobban teljesített az elmúlt évben. A listán szereplő ügynökségek között a legmagasabb helyezést a [Ügynökség neve] érte el, amely a legjobban teljesített az elmúlt évben.

Az első helyezett a [Ügynökség neve], amely a legjobban teljesített az elmúlt évben. A listán szereplő ügynökségek között a legmagasabb helyezést a [Ügynökség neve] érte el, amely a legjobban teljesített az elmúlt évben.

Az első helyezett a [Ügynökség neve], amely a legjobban teljesített az elmúlt évben. A listán szereplő ügynökségek között a legmagasabb helyezést a [Ügynökség neve] érte el, amely a legjobban teljesített az elmúlt évben.

Az első helyezett a [Ügynökség neve], amely a legjobban teljesített az elmúlt évben. A listán szereplő ügynökségek között a legmagasabb helyezést a [Ügynökség neve] érte el, amely a legjobban teljesített az elmúlt évben.

2. helyezett

Az első helyezett a [Ügynökség neve], amely a legjobban teljesített az elmúlt évben. A listán szereplő ügynökségek között a legmagasabb helyezést a [Ügynökség neve] érte el, amely a legjobban teljesített az elmúlt évben.

Időpont	Leírás	Hely
08.01.
08.02.
08.03.
08.04.
08.05.
08.06.
08.07.
08.08.
08.09.
08.10.
08.11.
08.12.



...

...

...

...



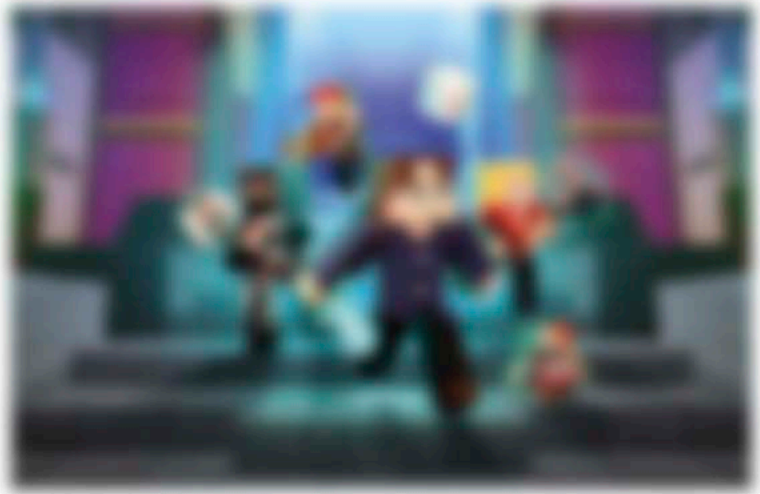
Horizontale Laser-Strahlen



Horizontale Laser-Strahlen



Horizontale Laser-Strahlen



Horizontale Laser-Strahlen

Horizontale Laser-Strahlen sind ein beliebtes Element in der Bühnenbeleuchtung. Sie erzeugen ein dynamisches und visuell ansprechendes Ambiente, das die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf sich zieht. Durch die präzise Steuerung der Laserstrahlen können komplexe Lichtdesigns realisiert werden, die den Charakter der Veranstaltung unterstreichen.

Die Verwendung von Laserstrahlen ermöglicht es, die Bühne in eine fantastische Welt zu verwandeln. Durch die Kombination von verschiedenen Farben und Intensitäten können einzigartige Lichteffekte erzielt werden, die den Zuschauer in die Handlung der Performance hineinziehen. Die Flexibilität der Laserstrahlen macht sie zu einem unverzichtbaren Werkzeug für Bühnenregisseure und Lichtdesigner.

Horizontale Laser-Strahlen sind nicht nur ein visuelles Spektakel, sondern auch ein effektives Kommunikationsmittel. Sie können genutzt werden, um wichtige Botschaften zu vermitteln oder die Stimmung der Veranstaltung zu steuern. Durch die gezielte Ausrichtung der Strahlen können bestimmte Bereiche der Bühne hervorgehoben werden, was die Dramatik der Performance verstärkt.

Horizontale Laser-Strahlen

Horizontale Laser-Strahlen sind ein beliebtes Element in der Bühnenbeleuchtung. Sie erzeugen ein dynamisches und visuell ansprechendes Ambiente, das die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf sich zieht. Durch die präzise Steuerung der Laserstrahlen können komplexe Lichtdesigns realisiert werden, die den Charakter der Veranstaltung unterstreichen.

Die Verwendung von Laserstrahlen ermöglicht es, die Bühne in eine fantastische Welt zu verwandeln. Durch die Kombination von verschiedenen Farben und Intensitäten können einzigartige Lichteffekte erzielt werden, die den Zuschauer in die Handlung der Performance hineinziehen. Die Flexibilität der Laserstrahlen macht sie zu einem unverzichtbaren Werkzeug für Bühnenregisseure und Lichtdesigner.

Horizontale Laser-Strahlen sind nicht nur ein visuelles Spektakel, sondern auch ein effektives Kommunikationsmittel. Sie können genutzt werden, um wichtige Botschaften zu vermitteln oder die Stimmung der Veranstaltung zu steuern. Durch die gezielte Ausrichtung der Strahlen können bestimmte Bereiche der Bühne hervorgehoben werden, was die Dramatik der Performance verstärkt.



green 2025 S gage

FENNTARTHATÓSÁGI
ÉS ESG VERSENY

A környezettudatos vállalati működés ma már alapkövetelmény, így minden cég számára elengedhetetlen, hogy működését társadalmi és természeti környezete figyelembevételével alakítsa. Ebből a megfontolásból folytatja a PPH Media a GREENGAGE versenyt, amely az idei évtől az ESG (Környezetvédelmi, Társadalmi és Vállalatirányítási) szempontokkal is bővül a négy főkategóriában jelentkező vállalati projektek értékelése során.

A verseny célja, hogy felismerje és bemutassa azokat az eredményes vállalatokat, akik Magyarországon fenntarthatóan, kiemelt figyelemmel "öko-tudatosan" és környezetkímélően gyártanak innovatív termékeket, nyújtanak szolgáltatásokat, vagy támogató fejlesztéseikkel és folyamataikkal hozzájárulnak a piac zöldítéséhez.

Első nevezési határidő: **2025. március 10.**

Második nevezési határidő: **2025. március 17.**

Végso nevezési határidő: **2025. március 20.**

Kontakt:

Sáry Adrienn
sary.adrienn@pphmedia.hu



Bemutatjuk a HRPOWER második HR Toplistájának nyerteseit

Az Apex toplistákhoz idén ismét csatlakozott a HRPOWER (hrpwr.hu) szakmai tudásbázis is, amely immár másodszor állította össze a hazai HR-szektor díjazottjainak éves rangsorát. A toplista célja, hogy átfogó képet adjon arról, mely vállalatok és ügynökségek teljesítettek a legjobban 2024-ben a munkáltatói márkaépítés, a belső és külső kommunikáció, valamint a munkavállalók és környezetük felé irányuló pozitív kezdeményezések terén.

KARKÓ ÁDÁM (HRPOWER) ÍRÁSA

HR TOPLISTA

HRPOWER

RANK	COMPANY	RANK	COMPANY
1	...	1	...
2	...	2	...
3	...	3	...
4	...	4	...
5	...	5	...

...

...

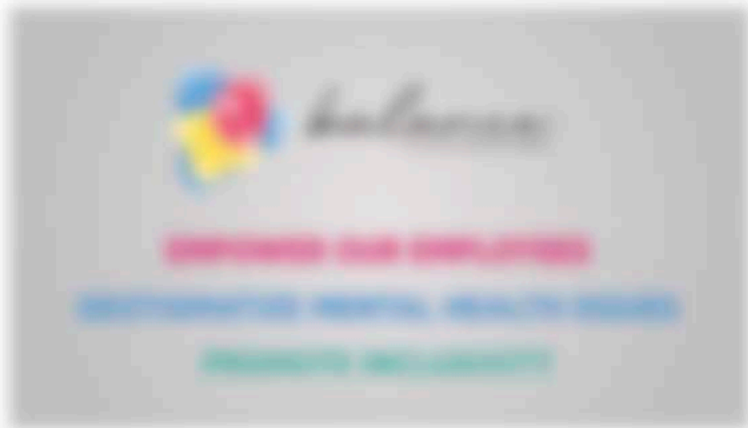
...

...

...

...

...



KAMPUS DAN KAMPUSNYA

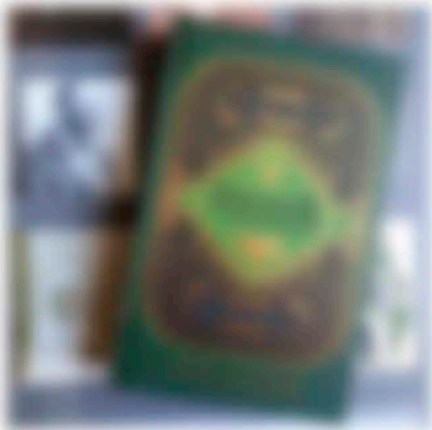
Nama: Nabilah Nur Hafidza

Salah satu tantangan terbesar bagi mahasiswa adalah bagaimana mengelola waktu yang ada dengan efektif. Salah satunya adalah dengan mengatur prioritas. Mahasiswa harus bisa membedakan mana yang penting dan mana yang kurang penting. Selain itu, mahasiswa juga harus bisa mengatur waktu untuk istirahat dan bersosialisasi dengan teman-teman. Dengan mengatur waktu dengan baik, mahasiswa bisa lebih produktif dan bahagia.

KAMPUS DAN KAMPUSNYA

Nama: Nur Hafidza
Nabilah Nur Hafidza

Salah satu tantangan terbesar bagi mahasiswa adalah bagaimana mengelola waktu yang ada dengan efektif. Salah satunya adalah dengan mengatur prioritas. Mahasiswa harus bisa membedakan mana yang penting dan mana yang kurang penting. Selain itu, mahasiswa juga harus bisa mengatur waktu untuk istirahat dan bersosialisasi dengan teman-teman. Dengan mengatur waktu dengan baik, mahasiswa bisa lebih produktif dan bahagia.



KAMPUS DAN KAMPUSNYA

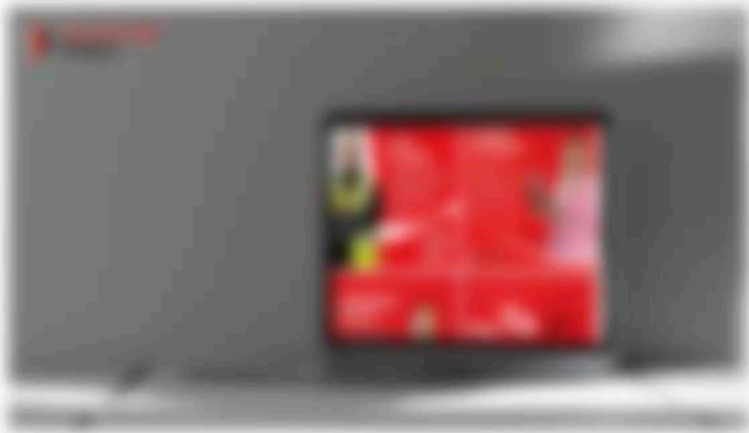
Nama: Nur Hafidza
Nabilah Nur Hafidza

Salah satu tantangan terbesar bagi mahasiswa adalah bagaimana mengelola waktu yang ada dengan efektif. Salah satunya adalah dengan mengatur prioritas. Mahasiswa harus bisa membedakan mana yang penting dan mana yang kurang penting. Selain itu, mahasiswa juga harus bisa mengatur waktu untuk istirahat dan bersosialisasi dengan teman-teman. Dengan mengatur waktu dengan baik, mahasiswa bisa lebih produktif dan bahagia.

KAMPUS DAN KAMPUSNYA

Nama: Nur Hafidza
Nabilah Nur Hafidza

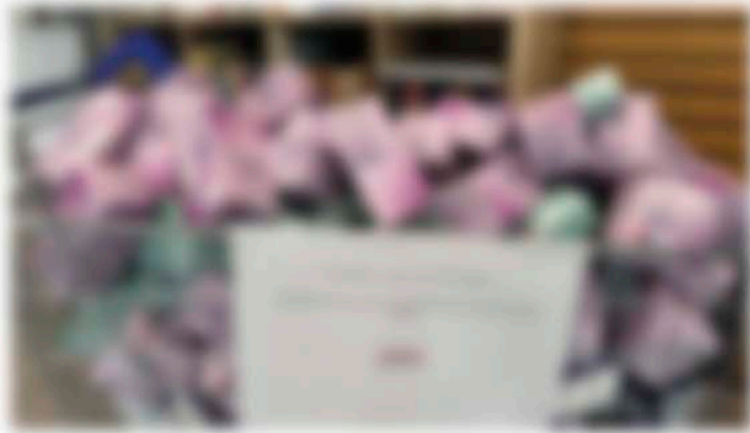
Salah satu tantangan terbesar bagi mahasiswa adalah bagaimana mengelola waktu yang ada dengan efektif. Salah satunya adalah dengan mengatur prioritas. Mahasiswa harus bisa membedakan mana yang penting dan mana yang kurang penting. Selain itu, mahasiswa juga harus bisa mengatur waktu untuk istirahat dan bersosialisasi dengan teman-teman. Dengan mengatur waktu dengan baik, mahasiswa bisa lebih produktif dan bahagia.



WORLD LEADING COMMUNICATIONS COMPANY RECEIVES 2023 COMMUNICATIONS AWARDS FOR EXCELLENCE

News Channel 5
Houston, Texas (KPRC-TV)

News Channel 5, a leading communications company, has been recognized with the 2023 Communications Awards for Excellence. The award is presented annually to the top 100 communications companies in the United States. News Channel 5 is proud to be recognized for its commitment to excellence in news, information, and entertainment. The award is a testament to the hard work and dedication of the News Channel 5 team.



COMMUNICATIONS AWARDS FOR EXCELLENCE

News Channel 5 Houston

News Channel 5, a leading communications company, has been recognized with the 2023 Communications Awards for Excellence. The award is presented annually to the top 100 communications companies in the United States. News Channel 5 is proud to be recognized for its commitment to excellence in news, information, and entertainment. The award is a testament to the hard work and dedication of the News Channel 5 team.



COMMUNICATIONS AWARDS FOR EXCELLENCE

News Channel 5

News Channel 5, a leading communications company, has been recognized with the 2023 Communications Awards for Excellence. The award is presented annually to the top 100 communications companies in the United States. News Channel 5 is proud to be recognized for its commitment to excellence in news, information, and entertainment. The award is a testament to the hard work and dedication of the News Channel 5 team.

News Channel 5, a leading communications company, has been recognized with the 2023 Communications Awards for Excellence. The award is presented annually to the top 100 communications companies in the United States. News Channel 5 is proud to be recognized for its commitment to excellence in news, information, and entertainment. The award is a testament to the hard work and dedication of the News Channel 5 team.



POSTÁSNAK LENNI NEM KÜZDŐSPORT

A HR TOP5 MEGBÍZÓI KÖZÖTT VAGYUNK, A POSTÁSOK VÉDELMEÉRT ÉS A MEGVÁLTOZOTT MUNKAKÉPESSÉGŰ MUNKAVÁLLALÓKÉRT INDÍTOTT KAMPÁNYAINKKAL.

A képen Farkas János, tököli kézbesítőnk látható abszurd „munkaruházatban”. Azért fogunk dolgozni, hogy ez a védőfelszerelés a jövőben is csak egy figyelemfelhívó szimbólum maradjon, és a megváltozott munkaképességű kollégák figyelmet kapjanak.

Köszönjük a szakma elismerését, és köszönjük, hogy fontosnak tartottátok az ügyeinket!

A Graphasel Stúdió harmadszor vezeti az Apex Design Toplistát, új belépő a top 5-ben

A Graphasel Design Stúdió munkáit, innovatív, minőségorientált látásmódját évek óta komoly díjakkal jutalmazza a nemzetközi és a hazai szakma. Több rangos elismeréssel, köztük négy újabb Red Dot-díjjal 2023 után 2024-ben ismét újrázott az Apex Design Toplista élén a Drozsnik Dávid és Ördögh László vezette ügynökség. A listán vannak ismerős stúdiók és tervezők, illetve egy vadonatúj belépő, Vörös Botond, aki munkáival szabadúszóként hoz el rangos nemzetközi és hazai díjakat.

SZERDAHELYI KRISZTINA, VÖRÖS L. ANDREA ÍRÁSA

DESIGN TOPLISTA APEX

RANK	STUDIO	STUDIO
1	Graphasel	Graphasel Design Stúdió
2
3
4
5



reddot winner 2024



Behind every brand, there's a story.

OUR AWARDED PROJECTS IN 2024

VADVIRÁGOK

RGB Kreatív Design Award - Blue

SEVENHILLS FURMINT

A' Design Awards - Silver 2024

PFR GROUP

RGB Kreatív Design Award - Blue

PÁTZAY WINERY

Red Dot Winner 2024 - Packaging Design

MOENA WERMUT

Red Dot Winner 2024 - Packaging Design

RGB Kreatív Design Award - Csomagolás - Blue

Indigo Design Award - Packaging Design - Silver Winner 2024

IDA (International Design Awards) - Packaging Design - Bronze 2024

German Design Award Winner 2024

MAGYAR ZENE HÁZA

Magyar Logó Díj - összevont kategória - arany jelvény díjas I. helyezett

HERZ NEW YORK

Red Dot Winner 2024 - Packaging Design

IDA (International Design Awards) Packaging Design - Silver 2024

Coffee Design Awards Packaging Copenhagen 2024

GRAPHASEL

Magyar Logó Díj - név kategória - arany jelvény díjas I. helyezett

DOROTHEA

Red Dot Winner 2024

RGB Kreatív Design Award - Egyéb kategória - Green 2024

Indigo Design Award - Silver 2024

DESIGN MANAGEMENT DÍJ

Magyar Logó Díj - összevont kategória - arany gyűri és jelvény fődíjas I. helyezett

Graphasel

BRAND DESIGN

The brand design process involves creating a visual identity for a company or organization. This includes developing a logo, color palette, typography, and other visual elements that represent the brand. The goal is to create a consistent and memorable look that resonates with the target audience.



BRAND DESIGN



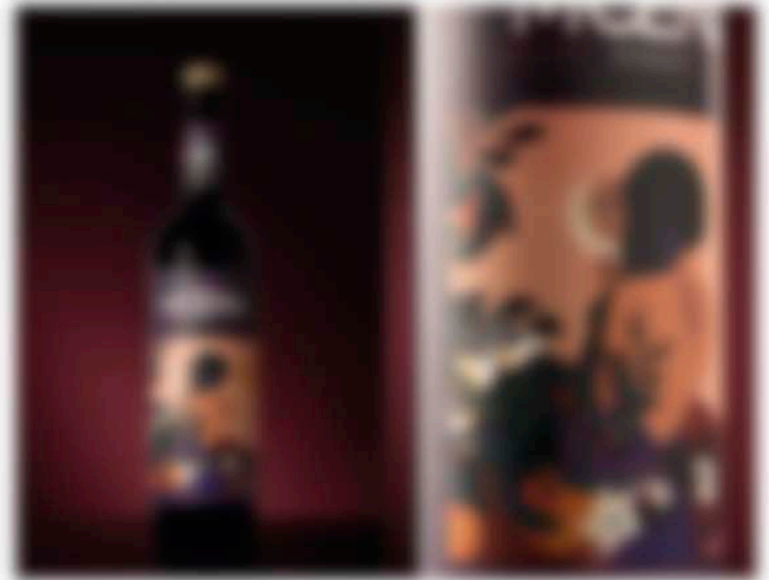
Brand design concepts for a beverage brand.

The brand design process involves creating a visual identity for a company or organization. This includes developing a logo, color palette, typography, and other visual elements that represent the brand. The goal is to create a consistent and memorable look that resonates with the target audience.



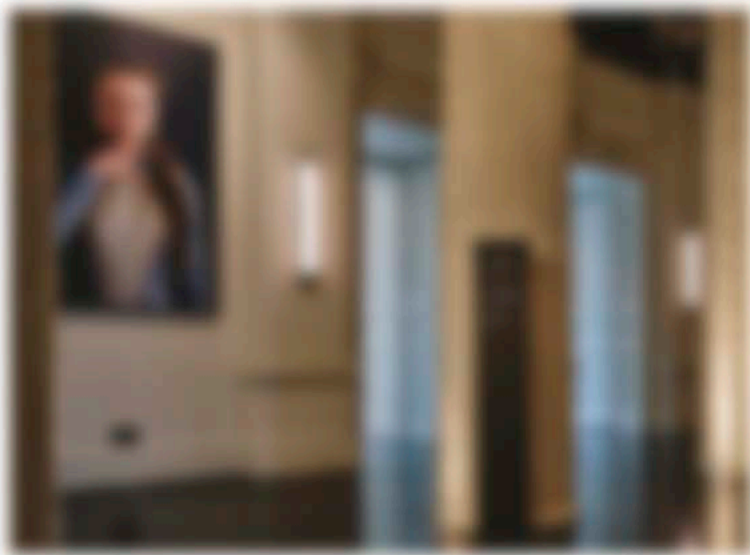
Brand design concepts for a beverage brand.

The brand design process involves creating a visual identity for a company or organization. This includes developing a logo, color palette, typography, and other visual elements that represent the brand. The goal is to create a consistent and memorable look that resonates with the target audience.



Brand design concepts for a beverage brand.

The brand design process involves creating a visual identity for a company or organization. This includes developing a logo, color palette, typography, and other visual elements that represent the brand. The goal is to create a consistent and memorable look that resonates with the target audience.



Enhetens inredning i Högskolebyråns kontor

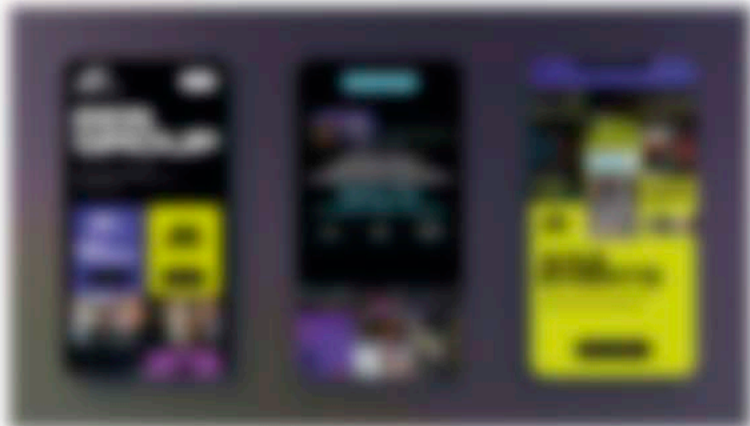
Enheten är inredd med ett stort öppet kontor som är utrustat med moderna möbler och tekniska lösningar. Detta gör att arbetet kan ske effektivt och smidigt. Utöver detta finns det även möjligheter för samarbete och kommunikation mellan olika avdelningar.

Högskolebyråns kontor är utrustat med moderna möbler och tekniska lösningar. Detta gör att arbetet kan ske effektivt och smidigt. Utöver detta finns det även möjligheter för samarbete och kommunikation mellan olika avdelningar. Detta gör att arbetet kan ske effektivt och smidigt. Utöver detta finns det även möjligheter för samarbete och kommunikation mellan olika avdelningar.



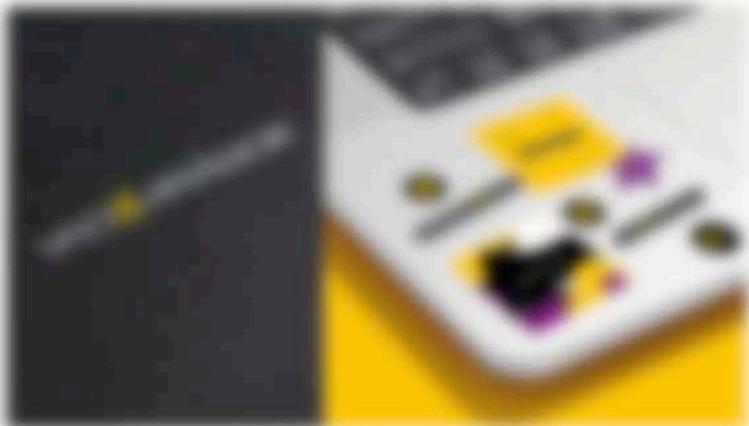
Högskolebyråns

Högskolebyråns kontor är utrustat med moderna möbler och tekniska lösningar. Detta gör att arbetet kan ske effektivt och smidigt. Utöver detta finns det även möjligheter för samarbete och kommunikation mellan olika avdelningar.



Högskolebyråns kontor

Högskolebyråns kontor är utrustat med moderna möbler och tekniska lösningar. Detta gör att arbetet kan ske effektivt och smidigt. Utöver detta finns det även möjligheter för samarbete och kommunikation mellan olika avdelningar.



Högskolebyråns kontor

Högskolebyråns kontor är utrustat med moderna möbler och tekniska lösningar. Detta gör att arbetet kan ske effektivt och smidigt. Utöver detta finns det även möjligheter för samarbete och kommunikation mellan olika avdelningar.



LONDON
DESIGN
AWARDS

Design

[di. 'zain] főnév

Az a varázslatos folyamat, amellyel a kreatív ügynökségek reflektorfénybe helyezik a márkákat. *Díjnyertes tervei révén az Apex Design Toplistára¹ került a Barna Design².*

¹ Köszönjük partnereinknek, hogy teret engedtek a kreativitásunknak.

² www.barnadesign.eu

RESEARCH DESIGN

When conducting research, it is important to consider the design of the study. The design of the study refers to the overall structure and organization of the research. It includes the selection of the research question, the identification of the variables, the selection of the research method, and the selection of the data analysis method. The design of the study is a critical component of the research process, and it can have a significant impact on the results of the study. A well-designed study is more likely to produce valid and reliable results, while a poorly designed study is more likely to produce invalid and unreliable results. Therefore, it is essential for researchers to carefully consider the design of their study before conducting any research.



Envelope

The design of the study is a critical component of the research process, and it can have a significant impact on the results of the study. A well-designed study is more likely to produce valid and reliable results, while a poorly designed study is more likely to produce invalid and unreliable results. Therefore, it is essential for researchers to carefully consider the design of their study before conducting any research.

RESEARCH DESIGN



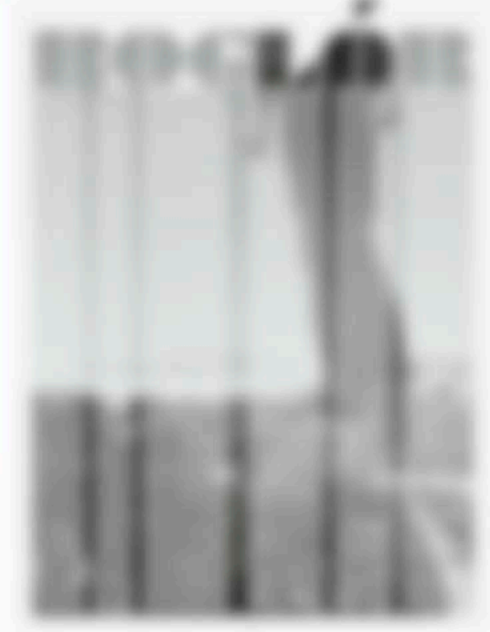
Research Design

The design of the study is a critical component of the research process, and it can have a significant impact on the results of the study. A well-designed study is more likely to produce valid and reliable results, while a poorly designed study is more likely to produce invalid and unreliable results. Therefore, it is essential for researchers to carefully consider the design of their study before conducting any research.



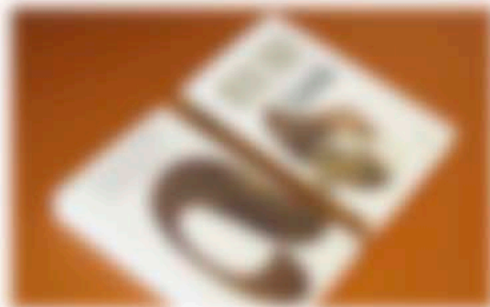
Research Design

The design of the study is a critical component of the research process, and it can have a significant impact on the results of the study. A well-designed study is more likely to produce valid and reliable results, while a poorly designed study is more likely to produce invalid and unreliable results. Therefore, it is essential for researchers to carefully consider the design of their study before conducting any research.



Research Design

The design of the study is a critical component of the research process, and it can have a significant impact on the results of the study. A well-designed study is more likely to produce valid and reliable results, while a poorly designed study is more likely to produce invalid and unreliable results. Therefore, it is essential for researchers to carefully consider the design of their study before conducting any research.



Research Design

The design of the study is a critical component of the research process, and it can have a significant impact on the results of the study. A well-designed study is more likely to produce valid and reliable results, while a poorly designed study is more likely to produce invalid and unreliable results. Therefore, it is essential for researchers to carefully consider the design of their study before conducting any research.

REKONSTRUKCIJA KORISNIH VEŠTAČA

Rekonstrukcija korisnih veštaca je proces koji omogućuje korisnicima da izgrade i razvijaju svoje veštace kroz praktične projekte. Ovo omogućuje im da nauče nove veštace i primenjuju ih u stvarnom životu. Rekonstrukcija korisnih veštaca je važna za razvoj korisnika i njihovo samopouzdanje. Ona omogućuje im da se oslobode svojih ograničenja i postignu svoje ciljeve. Rekonstrukcija korisnih veštaca je proces koji omogućuje korisnicima da izgrade i razvijaju svoje veštace kroz praktične projekte. Ovo omogućuje im da nauče nove veštace i primenjuju ih u stvarnom životu. Rekonstrukcija korisnih veštaca je važna za razvoj korisnika i njihovo samopouzdanje. Ona omogućuje im da se oslobode svojih ograničenja i postignu svoje ciljeve.

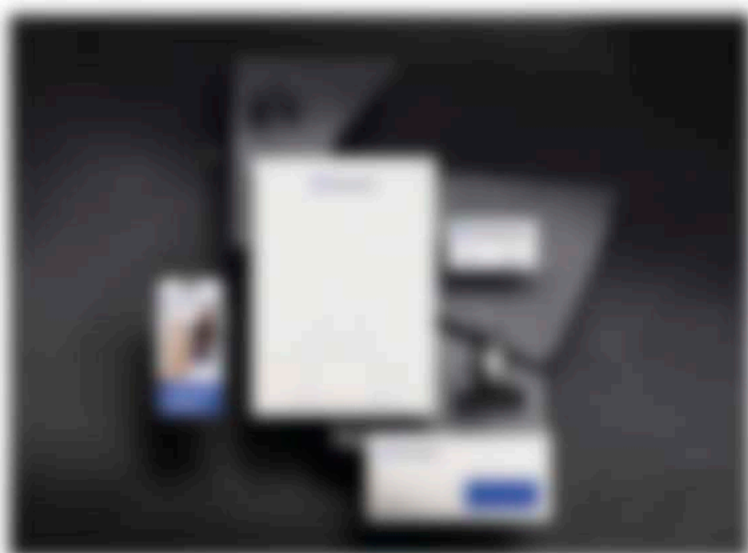
Rekonstrukcija korisnih veštaca je proces koji omogućuje korisnicima da izgrade i razvijaju svoje veštace kroz praktične projekte. Ovo omogućuje im da nauče nove veštace i primenjuju ih u stvarnom životu. Rekonstrukcija korisnih veštaca je važna za razvoj korisnika i njihovo samopouzdanje. Ona omogućuje im da se oslobode svojih ograničenja i postignu svoje ciljeve.

REKONSTRUKCIJA KORISNIH VEŠTAČA



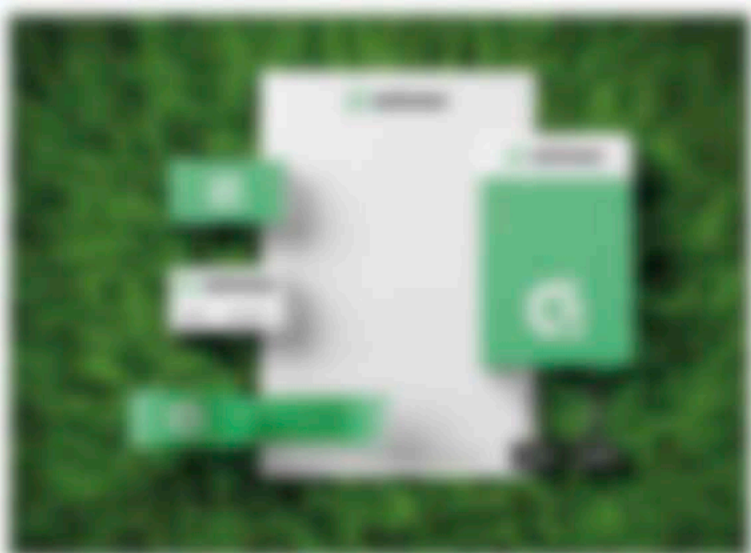
Rekonstrukcija korisnih veštaca

Rekonstrukcija korisnih veštaca je proces koji omogućuje korisnicima da izgrade i razvijaju svoje veštace kroz praktične projekte. Ovo omogućuje im da nauče nove veštace i primenjuju ih u stvarnom životu. Rekonstrukcija korisnih veštaca je važna za razvoj korisnika i njihovo samopouzdanje. Ona omogućuje im da se oslobode svojih ograničenja i postignu svoje ciljeve.



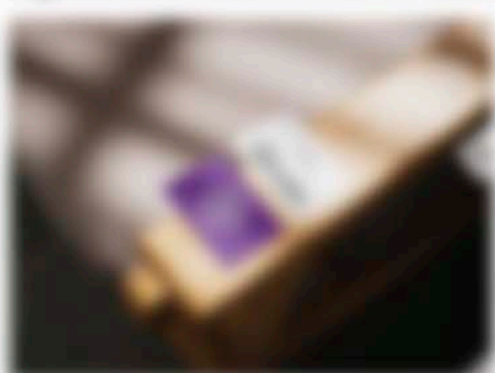
Rekonstrukcija korisnih veštaca

Rekonstrukcija korisnih veštaca je proces koji omogućuje korisnicima da izgrade i razvijaju svoje veštace kroz praktične projekte. Ovo omogućuje im da nauče nove veštace i primenjuju ih u stvarnom životu. Rekonstrukcija korisnih veštaca je važna za razvoj korisnika i njihovo samopouzdanje. Ona omogućuje im da se oslobode svojih ograničenja i postignu svoje ciljeve.



Rekonstrukcija korisnih veštaca

Rekonstrukcija korisnih veštaca je proces koji omogućuje korisnicima da izgrade i razvijaju svoje veštace kroz praktične projekte. Ovo omogućuje im da nauče nove veštace i primenjuju ih u stvarnom životu. Rekonstrukcija korisnih veštaca je važna za razvoj korisnika i njihovo samopouzdanje. Ona omogućuje im da se oslobode svojih ograničenja i postignu svoje ciljeve.



Rekonstrukcija korisnih veštaca

Rekonstrukcija korisnih veštaca je proces koji omogućuje korisnicima da izgrade i razvijaju svoje veštace kroz praktične projekte. Ovo omogućuje im da nauče nove veštace i primenjuju ih u stvarnom životu. Rekonstrukcija korisnih veštaca je važna za razvoj korisnika i njihovo samopouzdanje. Ona omogućuje im da se oslobode svojih ograničenja i postignu svoje ciljeve.



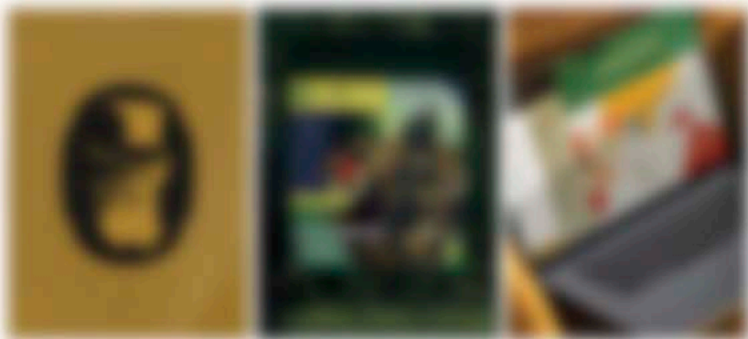
Rekonstrukcija korisnih veštaca

Rekonstrukcija korisnih veštaca je proces koji omogućuje korisnicima da izgrade i razvijaju svoje veštace kroz praktične projekte. Ovo omogućuje im da nauče nove veštace i primenjuju ih u stvarnom životu. Rekonstrukcija korisnih veštaca je važna za razvoj korisnika i njihovo samopouzdanje. Ona omogućuje im da se oslobode svojih ograničenja i postignu svoje ciljeve.

PROJEKT 1: KREATIVITÄT

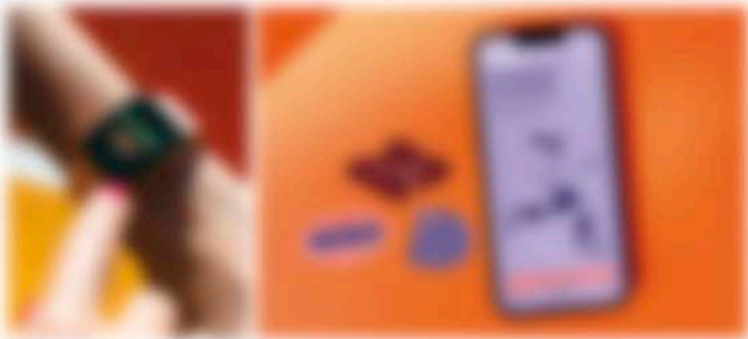
Die Schüler/innen sollen in der Lage sein, ihre eigenen Ideen zu entwickeln und sie in Form von Zeichnungen oder Skizzen darzustellen. Sie sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu beschreiben und sie zu erklären. Die Schüler/innen sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu präsentieren und sie zu verteidigen.

Die Schüler/innen sollen in der Lage sein, ihre eigenen Ideen zu entwickeln und sie in Form von Zeichnungen oder Skizzen darzustellen. Sie sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu beschreiben und sie zu erklären. Die Schüler/innen sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu präsentieren und sie zu verteidigen.



Handwerkzeuge

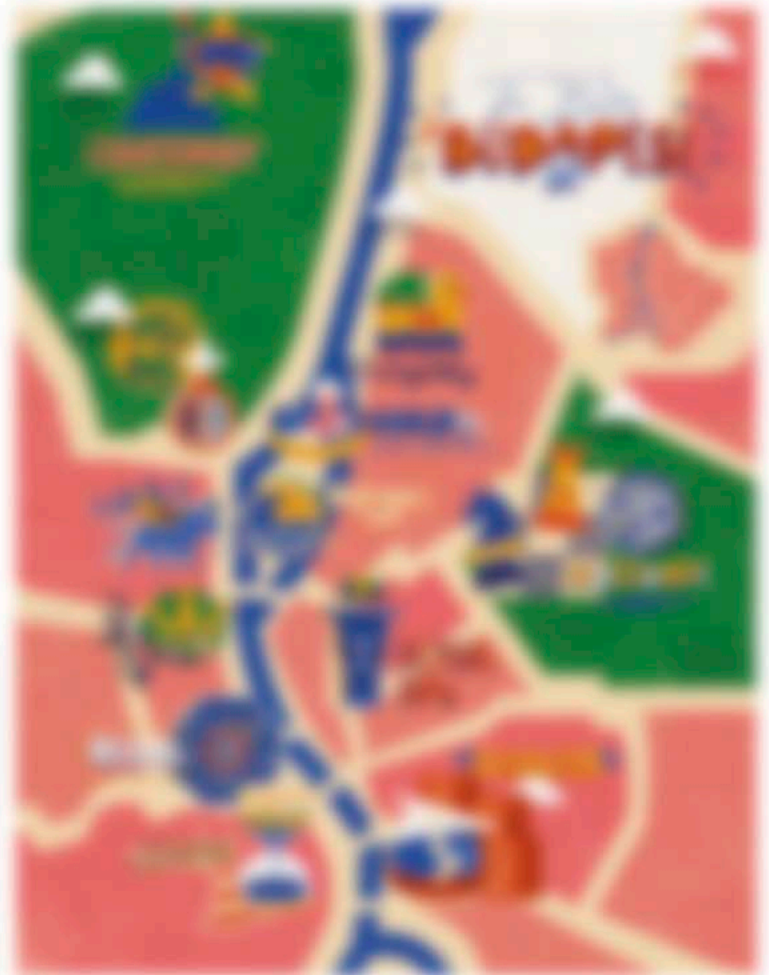
Die Schüler/innen sollen in der Lage sein, ihre eigenen Ideen zu entwickeln und sie in Form von Zeichnungen oder Skizzen darzustellen. Sie sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu beschreiben und sie zu erklären. Die Schüler/innen sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu präsentieren und sie zu verteidigen.



Handwerkzeuge

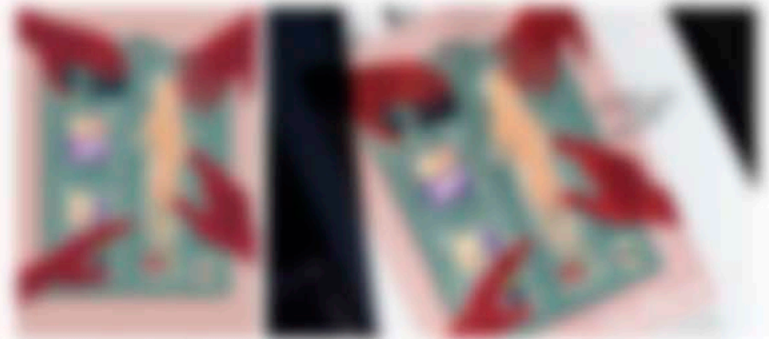
Die Schüler/innen sollen in der Lage sein, ihre eigenen Ideen zu entwickeln und sie in Form von Zeichnungen oder Skizzen darzustellen. Sie sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu beschreiben und sie zu erklären. Die Schüler/innen sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu präsentieren und sie zu verteidigen.

PROJEKT 2: KREATIVITÄT



Karte der Stadt

Die Schüler/innen sollen in der Lage sein, ihre eigenen Ideen zu entwickeln und sie in Form von Zeichnungen oder Skizzen darzustellen. Sie sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu beschreiben und sie zu erklären. Die Schüler/innen sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu präsentieren und sie zu verteidigen.



Handwerkzeuge

Die Schüler/innen sollen in der Lage sein, ihre eigenen Ideen zu entwickeln und sie in Form von Zeichnungen oder Skizzen darzustellen. Sie sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu beschreiben und sie zu erklären. Die Schüler/innen sollen auch in der Lage sein, ihre Ideen zu präsentieren und sie zu verteidigen.

A fotót kinyomtattam, széttéptem, összegyűrttem, szkenneltem – tízszer

Ghyczy Diana grafikus és csomagolótervező, diplomáját a Soproni Egyetem Alkalmazott Művészeti Intézetében (AMI) szerezte. Karrierje korai szakaszában reklámügynökségeknél dolgozott, de hamar rájött, hogy nem neki való az alkalmazotti lét, sokkal inkább saját útját szeretné járni. 2018-ban önálló designügynökséget hozott létre Studio Ant Works néven, amihez 2023-ban csatlakozott három munkatársa. Márkaépítéssel, arculat- és csomagolótervezéssel, stratégiával és webdesignnal foglalkoznak.

PAPP OLIVÉR ÍRÁSA

Amikor a fotót kinyomtattam, széttéptem, összegyűrttem, szkenneltem – tízszer. Ez a történet a kreatív folyamatokról szól, amelyek során a gondolatok és a képek közötti kapcsolatokat vizsgáljuk. A művészet és a design közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet.

A kreatív folyamat

A kreatív folyamat nem mindig egyenes út. Sokszor a végső eredmény eléréséig számos kísérletet kell tenni. A tervezés során a részletek figyelmesebb megfigyelése és a különböző lehetőségek kipróbálása vezet a legjobbakhoz. A kreativitás nemcsak a művészetben, hanem a designban is fontos szerepet játszik.

A design és a művészet kapcsolata

A design és a művészet közötti kapcsolat mindig is szoros volt. A design nemcsak a funkcionalitásról szól, hanem a vizuális kommunikációról is. A művészet pedig a kreativitás és a szemléletmódok kifejezése. A két terület közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet. A design és a művészet közötti kapcsolat mindig is szoros volt.

A design és a művészet közötti határok

A design és a művészet közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet. A design nemcsak a funkcionalitásról szól, hanem a vizuális kommunikációról is. A művészet pedig a kreativitás és a szemléletmódok kifejezése. A két terület közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet.

A design és a művészet közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet. A design nemcsak a funkcionalitásról szól, hanem a vizuális kommunikációról is. A művészet pedig a kreativitás és a szemléletmódok kifejezése. A két terület közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet.

A design és a művészet közötti határok

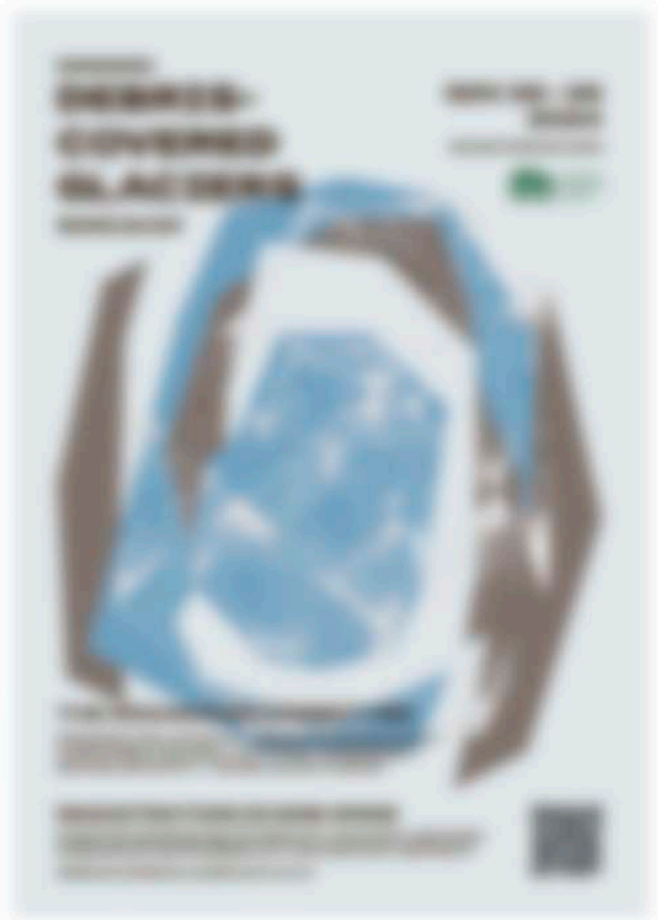
A design és a művészet közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet. A design nemcsak a funkcionalitásról szól, hanem a vizuális kommunikációról is. A művészet pedig a kreativitás és a szemléletmódok kifejezése. A két terület közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet.

A design és a művészet közötti határok

A design és a művészet közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet. A design nemcsak a funkcionalitásról szól, hanem a vizuális kommunikációról is. A művészet pedig a kreativitás és a szemléletmódok kifejezése. A két terület közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet.

A design és a művészet közötti határok

A design és a művészet közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet. A design nemcsak a funkcionalitásról szól, hanem a vizuális kommunikációról is. A művészet pedig a kreativitás és a szemléletmódok kifejezése. A két terület közötti határok elmosódnak, és a kreativitás új formákat ölthet.



Illegible text block, likely a title or introductory paragraph.

Illegible section header

Illegible text block, likely a descriptive paragraph.

Illegible section header

Illegible text block, likely a concluding paragraph.

Illegible text block, likely a title or introductory paragraph.

Illegible section header

Illegible text block, likely a descriptive paragraph.

Illegible section header

Illegible text block, likely a concluding paragraph.

Ügynökségi Népszámlálás: a szakma több mint harmada gondolkozik külföldben

Két év eltelte után újra elkészült az Ügynökségi Népszámlálás: a szakemberek és a szakma állapotát, helyzetét felmérő kérdőívre összesen 893-an válaszoltak, köztük 180 szabadúszó. Összeszedtük a legfontosabb megállapításokat, és elmentünk a SKVOT által rendezett kerekasztal beszélgetésre is, hogy az adatok tükrében hús-vér szakmabeliektől halljuk: milyen ma ügynökségnél dolgozni?

HANÓ ZSOLT ÍRÁSA

Az ügynökségi szakma helyzete és jövője a COVID-19 járvány után újra felmerült a közéletben. A szakma állapotát, helyzetét felmérő kérdőívre összesen 893-an válaszoltak, köztük 180 szabadúszó. Összeszedtük a legfontosabb megállapításokat, és elmentünk a SKVOT által rendezett kerekasztal beszélgetésre is, hogy az adatok tükrében hús-vér szakmabeliektől halljuk: milyen ma ügynökségnél dolgozni?

Bevezetés

Az ügynökségi szakma helyzete és jövője a COVID-19 járvány után újra felmerült a közéletben. A szakma állapotát, helyzetét felmérő kérdőívre összesen 893-an válaszoltak, köztük 180 szabadúszó. Összeszedtük a legfontosabb megállapításokat, és elmentünk a SKVOT által rendezett kerekasztal beszélgetésre is, hogy az adatok tükrében hús-vér szakmabeliektől halljuk: milyen ma ügynökségnél dolgozni?

Az ügynökségi szakma helyzete és jövője a COVID-19 járvány után újra felmerült a közéletben. A szakma állapotát, helyzetét felmérő kérdőívre összesen 893-an válaszoltak, köztük 180 szabadúszó. Összeszedtük a legfontosabb megállapításokat, és elmentünk a SKVOT által rendezett kerekasztal beszélgetésre is, hogy az adatok tükrében hús-vér szakmabeliektől halljuk: milyen ma ügynökségnél dolgozni?

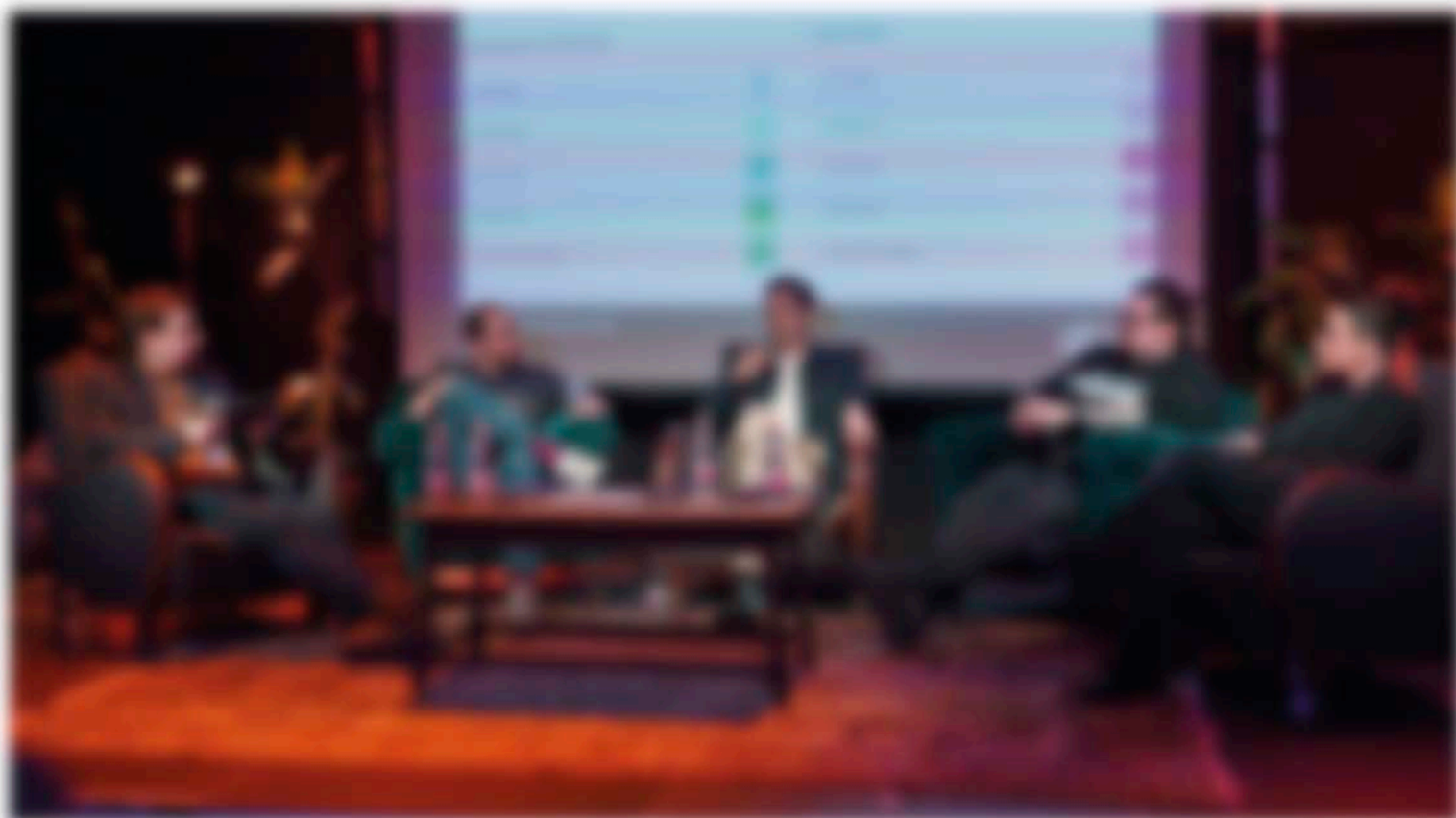
Az ügynökségi szakma helyzete és jövője a COVID-19 járvány után újra felmerült a közéletben. A szakma állapotát, helyzetét felmérő kérdőívre összesen 893-an válaszoltak, köztük 180 szabadúszó. Összeszedtük a legfontosabb megállapításokat, és elmentünk a SKVOT által rendezett kerekasztal beszélgetésre is, hogy az adatok tükrében hús-vér szakmabeliektől halljuk: milyen ma ügynökségnél dolgozni?

Az ügynökségi szakma helyzete és jövője a COVID-19 járvány után újra felmerült a közéletben. A szakma állapotát, helyzetét felmérő kérdőívre összesen 893-an válaszoltak, köztük 180 szabadúszó. Összeszedtük a legfontosabb megállapításokat, és elmentünk a SKVOT által rendezett kerekasztal beszélgetésre is, hogy az adatok tükrében hús-vér szakmabeliektől halljuk: milyen ma ügynökségnél dolgozni?

Az ügynökségi szakma helyzete és jövője a COVID-19 járvány után újra felmerült a közéletben. A szakma állapotát, helyzetét felmérő kérdőívre összesen 893-an válaszoltak, köztük 180 szabadúszó. Összeszedtük a legfontosabb megállapításokat, és elmentünk a SKVOT által rendezett kerekasztal beszélgetésre is, hogy az adatok tükrében hús-vér szakmabeliektől halljuk: milyen ma ügynökségnél dolgozni?

Összegzés

Az ügynökségi szakma helyzete és jövője a COVID-19 járvány után újra felmerült a közéletben. A szakma állapotát, helyzetét felmérő kérdőívre összesen 893-an válaszoltak, köztük 180 szabadúszó. Összeszedtük a legfontosabb megállapításokat, és elmentünk a SKVOT által rendezett kerekasztal beszélgetésre is, hogy az adatok tükrében hús-vér szakmabeliektől halljuk: milyen ma ügynökségnél dolgozni?



© 2017 McKinsey & Company. All rights reserved. McKinsey and the McKinsey logo are registered trademarks of McKinsey & Company.

5. Wichtige Kennzahlen und Indikatoren

Kennzahl	2017	2018	2019	2020
Umsatz	100%	100%	100%	100%
Umsatzrentabilität	100%	100%	100%	100%
Umsatzrentabilität (operativ)	100%	100%	100%	100%
Umsatzrentabilität (finanziell)	100%	100%	100%	100%
Umsatzrentabilität (gesamt)	100%	100%	100%	100%
Umsatzrentabilität (netto)	100%	100%	100%	100%
Umsatzrentabilität (brutto)	100%	100%	100%	100%

Die Umsatzrentabilität ist ein wichtiger Indikator für die Profitabilität eines Unternehmens. Sie zeigt, wie viel Gewinn ein Unternehmen pro Umsatz erzielt. Eine hohe Umsatzrentabilität deutet auf eine effiziente Produktion und einen hohen Preis an. Die Umsatzrentabilität wird durch die Umsatzrentabilität (operativ) und die Umsatzrentabilität (finanziell) bestimmt. Die Umsatzrentabilität (operativ) zeigt den Gewinn vor Steuern und Zinsen, während die Umsatzrentabilität (finanziell) den Gewinn nach Steuern und Zinsen zeigt. Die Umsatzrentabilität (gesamt) ist die Summe aus operativer und finanzieller Umsatzrentabilität. Die Umsatzrentabilität (netto) zeigt den Gewinn nach Steuern und Zinsen, aber vor den Abschreibungen. Die Umsatzrentabilität (brutto) zeigt den Gewinn vor Abschreibungen und Zinsen.

Die Umsatzrentabilität ist ein wichtiger Indikator für die Profitabilität eines Unternehmens. Sie zeigt, wie viel Gewinn ein Unternehmen pro Umsatz erzielt. Eine hohe Umsatzrentabilität deutet auf eine effiziente Produktion und einen hohen Preis an. Die Umsatzrentabilität wird durch die Umsatzrentabilität (operativ) und die Umsatzrentabilität (finanziell) bestimmt. Die Umsatzrentabilität (operativ) zeigt den Gewinn vor Steuern und Zinsen, während die Umsatzrentabilität (finanziell) den Gewinn nach Steuern und Zinsen zeigt. Die Umsatzrentabilität (gesamt) ist die Summe aus operativer und finanzieller Umsatzrentabilität. Die Umsatzrentabilität (netto) zeigt den Gewinn nach Steuern und Zinsen, aber vor den Abschreibungen. Die Umsatzrentabilität (brutto) zeigt den Gewinn vor Abschreibungen und Zinsen.

Die Umsatzrentabilität ist ein wichtiger Indikator für die Profitabilität eines Unternehmens. Sie zeigt, wie viel Gewinn ein Unternehmen pro Umsatz erzielt. Eine hohe Umsatzrentabilität deutet auf eine effiziente Produktion und einen hohen Preis an. Die Umsatzrentabilität wird durch die Umsatzrentabilität (operativ) und die Umsatzrentabilität (finanziell) bestimmt. Die Umsatzrentabilität (operativ) zeigt den Gewinn vor Steuern und Zinsen, während die Umsatzrentabilität (finanziell) den Gewinn nach Steuern und Zinsen zeigt. Die Umsatzrentabilität (gesamt) ist die Summe aus operativer und finanzieller Umsatzrentabilität. Die Umsatzrentabilität (netto) zeigt den Gewinn nach Steuern und Zinsen, aber vor den Abschreibungen. Die Umsatzrentabilität (brutto) zeigt den Gewinn vor Abschreibungen und Zinsen.

6. Wichtige Kennzahlen und Indikatoren

Die Umsatzrentabilität ist ein wichtiger Indikator für die Profitabilität eines Unternehmens. Sie zeigt, wie viel Gewinn ein Unternehmen pro Umsatz erzielt. Eine hohe Umsatzrentabilität deutet auf eine effiziente Produktion und einen hohen Preis an. Die Umsatzrentabilität wird durch die Umsatzrentabilität (operativ) und die Umsatzrentabilität (finanziell) bestimmt. Die Umsatzrentabilität (operativ) zeigt den Gewinn vor Steuern und Zinsen, während die Umsatzrentabilität (finanziell) den Gewinn nach Steuern und Zinsen zeigt. Die Umsatzrentabilität (gesamt) ist die Summe aus operativer und finanzieller Umsatzrentabilität. Die Umsatzrentabilität (netto) zeigt den Gewinn nach Steuern und Zinsen, aber vor den Abschreibungen. Die Umsatzrentabilität (brutto) zeigt den Gewinn vor Abschreibungen und Zinsen.

1. The first step in the process of identifying a problem is to define the problem clearly. This involves identifying the symptoms and the underlying causes of the problem. Once the problem is defined, the next step is to gather information about the problem. This involves researching the problem and identifying the resources available to solve it. The third step is to develop a plan of action. This involves identifying the steps that need to be taken to solve the problem and the resources that will be needed to carry out the plan. The fourth step is to implement the plan. This involves carrying out the steps of the plan and monitoring the progress of the solution. The final step is to evaluate the solution. This involves assessing the effectiveness of the solution and identifying any areas for improvement.

2. The second step in the process of identifying a problem is to gather information about the problem. This involves researching the problem and identifying the resources available to solve it. The third step is to develop a plan of action. This involves identifying the steps that need to be taken to solve the problem and the resources that will be needed to carry out the plan. The fourth step is to implement the plan. This involves carrying out the steps of the plan and monitoring the progress of the solution. The final step is to evaluate the solution. This involves assessing the effectiveness of the solution and identifying any areas for improvement.

3. The third step in the process of identifying a problem is to develop a plan of action. This involves identifying the steps that need to be taken to solve the problem and the resources that will be needed to carry out the plan. The fourth step is to implement the plan. This involves carrying out the steps of the plan and monitoring the progress of the solution. The final step is to evaluate the solution. This involves assessing the effectiveness of the solution and identifying any areas for improvement.

4. The fourth step in the process of identifying a problem is to implement the plan. This involves carrying out the steps of the plan and monitoring the progress of the solution. The final step is to evaluate the solution. This involves assessing the effectiveness of the solution and identifying any areas for improvement.

5. The fifth step in the process of identifying a problem is to evaluate the solution. This involves assessing the effectiveness of the solution and identifying any areas for improvement.

6. The sixth step in the process of identifying a problem is to identify any areas for improvement. This involves assessing the effectiveness of the solution and identifying any areas for improvement.

7. THE SEVEN-STEP PROCESS OF IDENTIFYING A PROBLEM

	1	2	3	4	5	6
1. Define the problem	1	1	1	1	1	1
2. Gather information	1	1	1	1	1	1
3. Develop a plan	1	1	1	1	1	1
4. Implement the plan	1	1	1	1	1	1
5. Evaluate the solution	1	1	1	1	1	1
6. Identify areas for improvement	1	1	1	1	1	1
7. Monitor progress	1	1	1	1	1	1

1. The first step in the process of identifying a problem is to define the problem clearly. This involves identifying the symptoms and the underlying causes of the problem. Once the problem is defined, the next step is to gather information about the problem. This involves researching the problem and identifying the resources available to solve it. The third step is to develop a plan of action. This involves identifying the steps that need to be taken to solve the problem and the resources that will be needed to carry out the plan. The fourth step is to implement the plan. This involves carrying out the steps of the plan and monitoring the progress of the solution. The final step is to evaluate the solution. This involves assessing the effectiveness of the solution and identifying any areas for improvement.

1. THE COMPANY'S CURRENT AND PROPOSED BUSINESS OPERATIONS AND FINANCIAL POSITION

Operating income			
Net income			
Operating assets			
Equity			
Debt			

2. THE COMPANY'S CURRENT AND PROPOSED BUSINESS OPERATIONS AND FINANCIAL POSITION

Operating income			
Net income			
Operating assets			
Equity			
Debt			
Operating income			
Net income			

3. THE COMPANY'S CURRENT AND PROPOSED BUSINESS OPERATIONS AND FINANCIAL POSITION

Operating income			
Net income			
Operating assets			
Equity			

The company's current and proposed business operations and financial position are as follows:

The company's current and proposed business operations and financial position are as follows:

4. THE COMPANY'S CURRENT AND PROPOSED BUSINESS OPERATIONS AND FINANCIAL POSITION

The company's current and proposed business operations and financial position are as follows:

The company's current and proposed business operations and financial position are as follows:

The company's current and proposed business operations and financial position are as follows:

The company's current and proposed business operations and financial position are as follows:

The company's current and proposed business operations and financial position are as follows:

The company's current and proposed business operations and financial position are as follows:

1. **Introduction**

1.1	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5
1.2	1.2.1	1.2.2	1.2.3	1.2.4	1.2.5
1.3	1.3.1	1.3.2	1.3.3	1.3.4	1.3.5
1.4	1.4.1	1.4.2	1.4.3	1.4.4	1.4.5
1.5	1.5.1	1.5.2	1.5.3	1.5.4	1.5.5
1.6	1.6.1	1.6.2	1.6.3	1.6.4	1.6.5

2. **Methodology**

2.1	2.1.1	2.1.2	2.1.3	2.1.4	2.1.5
2.2	2.2.1	2.2.2	2.2.3	2.2.4	2.2.5
2.3	2.3.1	2.3.2	2.3.3	2.3.4	2.3.5
2.4	2.4.1	2.4.2	2.4.3	2.4.4	2.4.5
2.5	2.5.1	2.5.2	2.5.3	2.5.4	2.5.5
2.6	2.6.1	2.6.2	2.6.3	2.6.4	2.6.5
2.7	2.7.1	2.7.2	2.7.3	2.7.4	2.7.5
2.8	2.8.1	2.8.2	2.8.3	2.8.4	2.8.5
2.9	2.9.1	2.9.2	2.9.3	2.9.4	2.9.5
2.10	2.10.1	2.10.2	2.10.3	2.10.4	2.10.5
2.11	2.11.1	2.11.2	2.11.3	2.11.4	2.11.5
2.12	2.12.1	2.12.2	2.12.3	2.12.4	2.12.5

The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records and the role of the data manager in ensuring the integrity and security of the data. It also covers the various methods used for data collection and the challenges associated with data management in a large-scale project.

The second part of the document describes the various methods used for data collection and the challenges associated with data management in a large-scale project. It also covers the various methods used for data collection and the challenges associated with data management in a large-scale project.

The third part of the document discusses the importance of maintaining accurate records and the role of the data manager in ensuring the integrity and security of the data. It also covers the various methods used for data collection and the challenges associated with data management in a large-scale project.

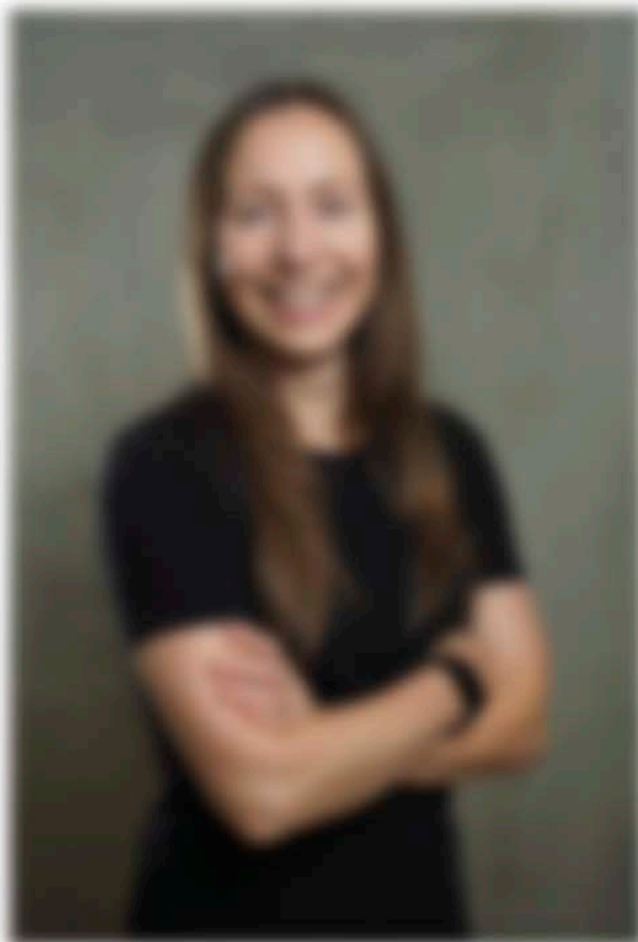
3. **Results and Discussion**

The fourth part of the document discusses the importance of maintaining accurate records and the role of the data manager in ensuring the integrity and security of the data. It also covers the various methods used for data collection and the challenges associated with data management in a large-scale project.

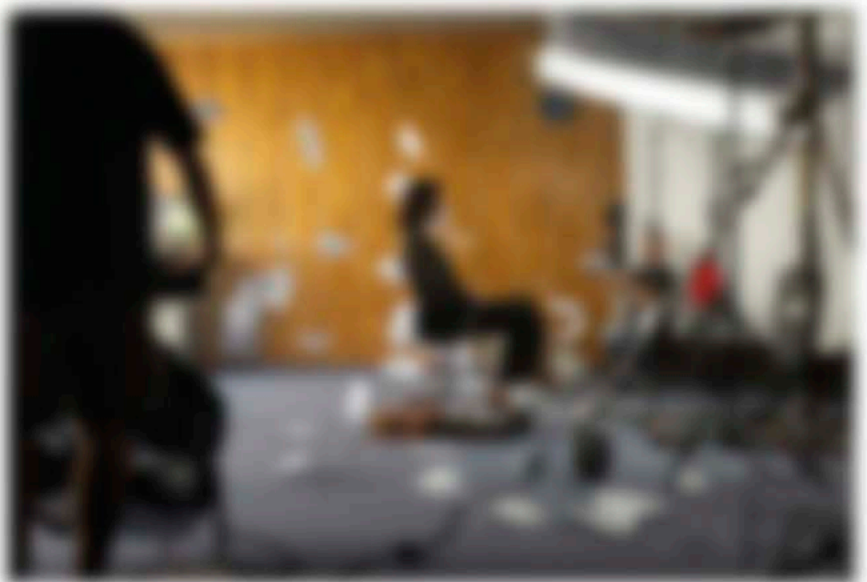
Párbeszéd a nyitottságért

Az egyenlőtlenségek továbbra is a hétköznapiak részét képezik a munkaerőpiacon, gondoljunk például a nemi vagy etnikai hovatartozáson alapuló bérkülönbségekre, a valamely kisebbséghez tartozó munkavállalók diszkriminációjára vagy akár a nők alulreprezentáltságára felsővezetői pozíciókban. A személyes adottságokból fakadó hátrányok ráadásul végigkísérhetik a munkavállalók teljes életútját, a felvételi folyamattól kezdve a munkahelyi teljesítményen át a karrierfejlődési lehetőségekből való kimaradásig. A Nyitottak Vagyunk legutóbbi kampányában épp erre hívja fel a figyelmet.

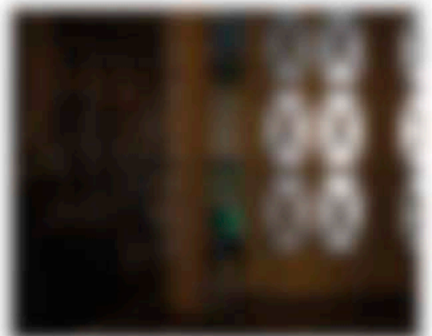
HORVÁTH ÁGNES ÍRÁSA



Verónica



Verónica - Taller de programación



Verónica es una estudiante de ingeniería de sistemas de la Universidad de Chile, quien se especializó en programación durante su carrera universitaria. Actualmente trabaja en una empresa de desarrollo de software.

¿Cómo llegaste a esto?

Desde que me interesé por la programación, me dediqué a aprender por mi cuenta y a practicar mucho. Me gusta resolver problemas y aprender cosas nuevas. Siempre he estado interesado en la tecnología y en cómo se puede utilizar para mejorar la vida de las personas.

Después de graduarme, me empecé a buscar oportunidades laborales en el área de programación. Me gustó mucho trabajar en una empresa que me permitiera aprender y crecer profesionalmente. Actualmente estoy trabajando en un proyecto muy interesante y estoy disfrutando mucho del proceso de aprendizaje.

Me gusta mucho trabajar en equipo y colaborar con los demás. Siempre estoy dispuesto a ayudar a los demás y a compartir mi conocimiento. Me gusta resolver problemas y aprender cosas nuevas. Siempre he estado interesado en la tecnología y en cómo se puede utilizar para mejorar la vida de las personas.

Me gusta mucho trabajar en equipo y colaborar con los demás. Siempre estoy dispuesto a ayudar a los demás y a compartir mi conocimiento. Me gusta resolver problemas y aprender cosas nuevas. Siempre he estado interesado en la tecnología y en cómo se puede utilizar para mejorar la vida de las personas.

Me gusta mucho trabajar en equipo y colaborar con los demás. Siempre estoy dispuesto a ayudar a los demás y a compartir mi conocimiento. Me gusta resolver problemas y aprender cosas nuevas. Siempre he estado interesado en la tecnología y en cómo se puede utilizar para mejorar la vida de las personas.

Ez a vibe, ami visszahúz

HORVÁTH ÁGNES, MOLNÁR KINGA ÍRÁSA

Lisszabon szerelem volt első látásra, Berlin viszont kísérletként indult, majd egy budapesti kitérő után folytatódott. Nagy Dezső és Eperjesi Rita szabadúszóként és saját cégben egyaránt dolgoznak, és élvezik az inspiráló környezetet.

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...

Amikor először meglátta a lányt, akkor még nem tudta, hogy ez lesz az a lány, aki majd...



Fig. 10.10

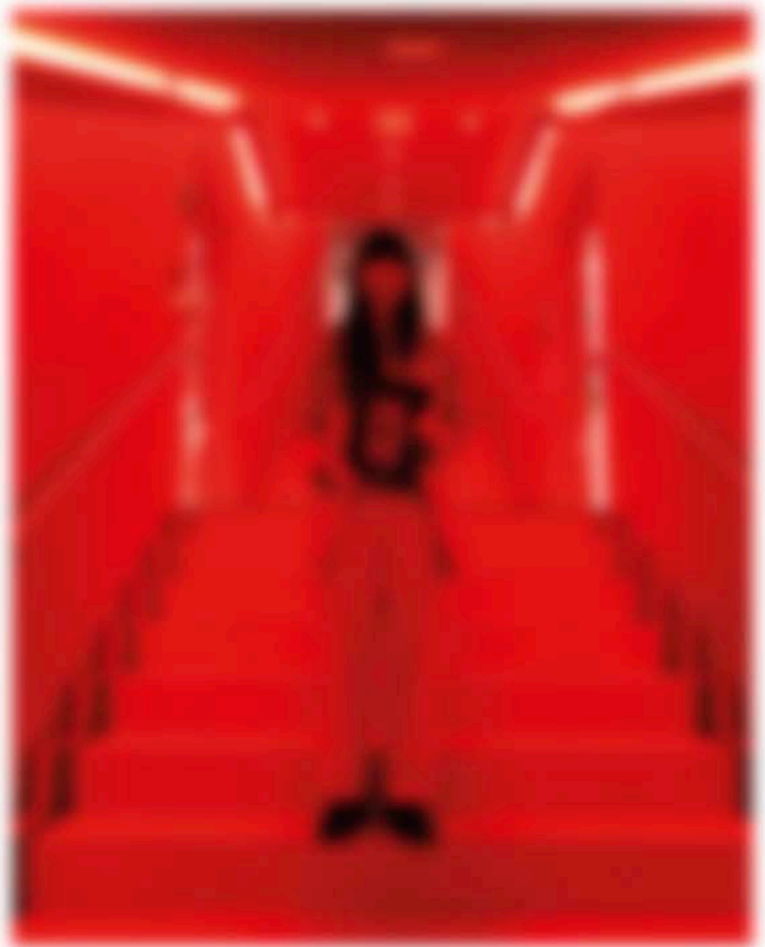


Fig. 10.11

Text block 1: This is a paragraph of text, likely describing the image to its left. It contains several lines of text, though the content is mostly illegible due to blurring.

Text block 2: This is a second paragraph of text, continuing the description or providing additional context.

Section Header: A short, bolded heading for a new section of text.

Text block 3: This is a third paragraph of text, possibly a sub-section or a specific point.

Text block 4: This is a fourth paragraph of text, concluding the section.

Text block 5: This is a paragraph of text, likely describing the image to its right. It contains several lines of text, though the content is mostly illegible due to blurring.

Text block 6: This is a second paragraph of text, continuing the description or providing additional context.

Text block 7: This is a third paragraph of text, possibly a sub-section or a specific point.

Text block 8: This is a fourth paragraph of text, concluding the section.

...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...
...the ... of ...

...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...

...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...

...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...

...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...

...the ... of ...
...the ... of ...

...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...

...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...

...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...

**...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...**

HR

a TikTok-on

WORKSHOP



2025. ÁPRILIS 3.

HELYSZÍN: DELOITTE ZRT.
1068 BUDAPEST, DÓZSA GYÖRGY ÚT 84/C

**HOGYAN TOBOROZZUNK EREDMÉNYESEN
A SOCIAL MÉDIA PLATFORMOKON
ÉS HOGYAN HASZNÁLJUK EMPLOYER
BRANDING CÉLJAINK ELÉRÉSÉRE?**

HRPOWER

PPH MEDIA

KONTAKT: SÁROG ÁDÁM, SAROG.ADAM@PPHMEDIA.HU

A filmipar sosem lesz teljesen fenntartható, de minden apró eredménynek örülni kell

Aggregátorok, egyszer használatos díszletek és a vis maior helyzetek jelentik a legfontosabb környezeti terhelést a filmes produkciók során, míg a producereknek a stábtagok szemléletének megváltoztatása is sok munkát jelent. Az ágazati szereplők azonban úgy vélik, a helyzet már javult az elmúlt években, de sokszor még mindig a technológia hiánya vagy elérhetetlensége indokolja az energiapazarlást.

HORVÁTH ÁGNES ÍRÁSA

...

...

...

...

...

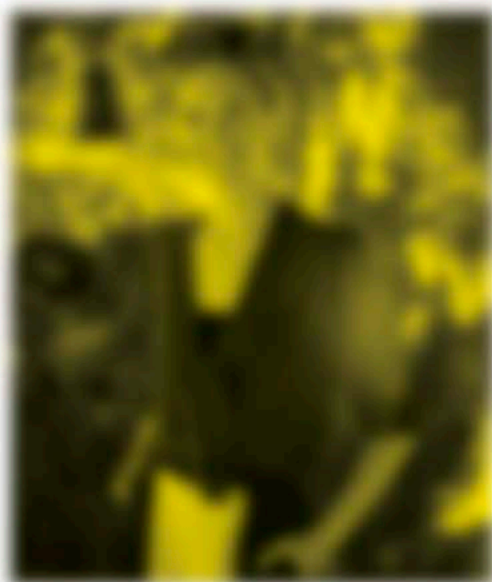
...



2019-2020



2019-2020



2019-2020

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

En dag i slutet av sommaren stod jag på en gräsmatta i en park i Stockholm och såg en kvinna i blå klänning gå mot mig. Hon såg ut att vara en av de många som hade kommit till parken för att se utställningen. Hon gick fram till mig och sa: "Hej! Jag är så glad att du är här!" Hon såg ut att vara en av de många som hade kommit till parken för att se utställningen. Hon gick fram till mig och sa: "Hej! Jag är så glad att du är här!"

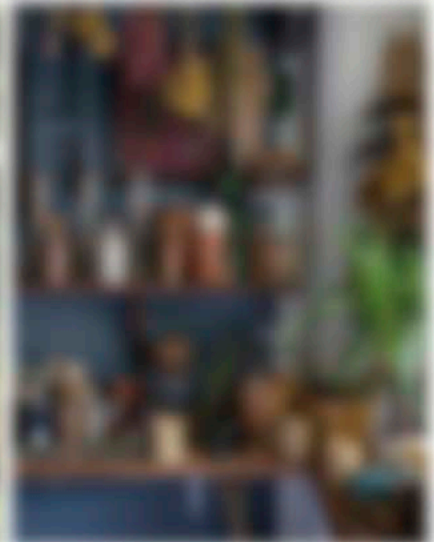
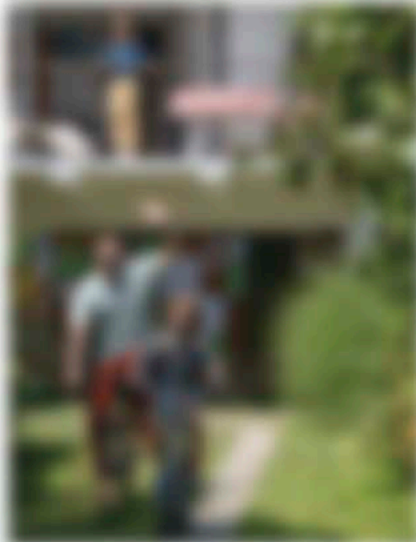
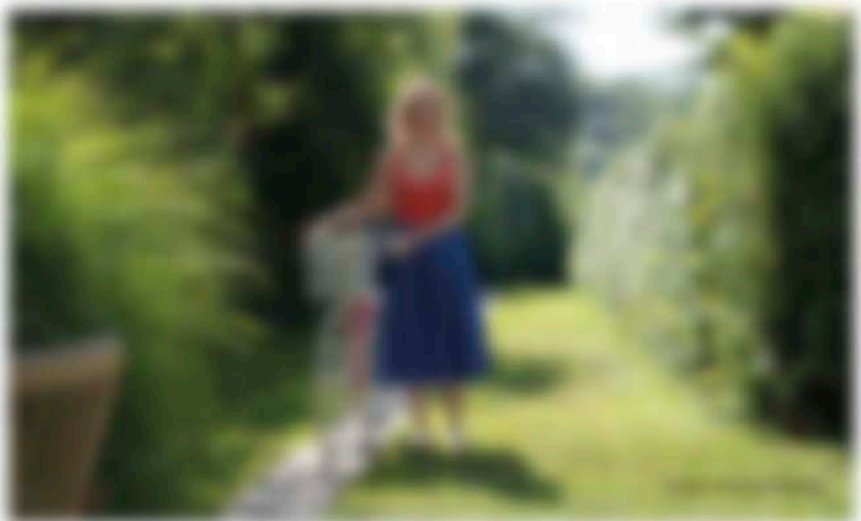
Utställningen

Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen.

Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen.

Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen.

Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen.



Utställningen

Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen.

Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen.

Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen. Utställningen var en fantastisk upplevelse för alla som såg den. Den var en sällsynt möjlighet att se en av de mest kända konstnärerna i världen.

A főzőtudás itt csak a belépő

A TV Paprika nemrég ünnepelte 20. születésnapját, aminek apropóján a csatorna ismert arcait kérdeztük meg, milyen hatással volt televíziós jelenlétük életük más területére. Két már korábban is ismert gasztroblogger és két, kezdetben teljesen média-outsider szakács mesél arról, hogy az elmúlt évek trendjeit, változásait miként követték le a képernyőn és azon túl.

HORVÁTH ÁGNES, SZERDAHELYI KRISZTINA ÍRÁSA

...

...

...

...

...

...

...

...

...



Photo credit: Shutterstock.com/Andrey Kalashnikov

...the first step is to identify the problem and then to find a solution. This is a process that takes time and effort, but it is essential for any business that wants to succeed in the long run.

...the second step is to create a plan. This involves setting goals and determining the steps that need to be taken to achieve them. It is important to have a clear plan in place before starting any project, as this will help to keep things on track and avoid any unnecessary delays.

...the third step is to execute the plan. This is the most challenging part of the process, as it involves putting all of the pieces into place and making sure that everything is done correctly. It is important to stay focused and motivated throughout this process, as it can be a long and difficult one.

...the fourth step is to evaluate the results. This involves looking back at the plan and seeing how well it worked. It is important to take time to reflect on what went well and what didn't, as this will help to improve future projects. It is also important to celebrate any successes, as this will help to boost morale and encourage others to follow suit.

...the fifth step is to communicate. This involves sharing the results of the project with others and getting their feedback. It is important to be open to criticism and to use it as a learning opportunity. It is also important to thank everyone who helped with the project, as this will help to build a strong team and encourage future collaboration.

...the sixth step is to review the process. This involves looking at the overall process and seeing what worked well and what didn't. It is important to take time to reflect on the process as a whole, as this will help to identify any areas for improvement and to ensure that the next project is even better than the last.

...the seventh step is to repeat the process. This is the final step, as it involves starting the process all over again. It is important to remember that the process is not a one-time thing, but rather a continuous one. It is important to keep reviewing and improving the process, as this will help to ensure that the business is always moving forward and achieving its goals.

XXXIV. évfolyam, 1–2. szám

Milyen témában készítenél legszívesebben kampányt?

FŐSZERKESZTŐ: Horváth Ágnes

„A fiatalok lelki egészségéről: arról, hogy ne legyen tabu beszélni a szorongásokról, félelmekről, depresszióról, merjenek segítséget kérni, pszichológushoz fordulni. A szülők értsék meg, ez nem szégyellnivaló, a gyerekekkel foglalkozó felnőttek bátran jelezzék, ha bajt gyanítanak, mert a korai felismeréssel és cselekvéssel sokkal nagyobb problémák előzhetőek meg. A legjobb az lenne, ha a mentális egészség az iskolai tananyag részét képezné – az awareness kezdődhetne akár irodalomórán, depresszióval küzdő híres írók és költők műveinek elemzésével.”

SZERKESZTŐK:

Hanó Zsolt

„Lehet, hogy klisé, de én a tudatos média- és hírfogyasztás mellett kampányolnék országszerte: sajnos túl sok ember szájából hallani a „Facebookon olvastam”, többnyire értelmezhetetlen mondatot.”

Molnár Kinga

„A tudatos médiahasználatról, de a kampány része lenne az iskolai gyakorlati oktatás is.”

Papp Olivér

„A kisebbik rosszra szavazni nem menő!”

Szerdahelyi Krisztina

„A meséért kampányolnék. Azért, hogy a szülők (ahelyett, hogy online bébicsőszökre hagynák) minél többet beszéljenek a gyerekeknek, és minél korábban (jó) mesekönyvet adjanak a kezükbe. Az a félelmem, hogy ha nem térünk vissza a mesékhez, és csak vibráló, digitális képekkel tápláljuk a gyerekeket, akkor eltűnik közülünk a képzelet, csökken az érzelmi intelligencia, a szókincs, a kifejezőkészség, a kreativitás és az egymáshoz kapcsolódás képessége. Ha a mesétől megfosztjuk, akkor egy szörnyű, sivár világba taszítjuk őket.”

Vörös L. Andrea

„Én még emlékszem az állampolgári ismeretek című tantárgyra, mivel épp a rendszerváltás idején voltam ötödikes. Akkoriban nem csak törit tanultunk, hanem a demokratikus berendezkedésről, a választójogról, a hatalmi ágak elválasztásáról is. De hiába keresem ezt a tantárgyat a gyerekeim órarendjében, valahogy a Nemzeti Alaptanterv nem tartja ezt fontosnak. Kampányolnék a visszaállításáért, méghozzá olyan szakemberek segítségével, akik tudják, értik, és éltek valaha demokratikus berendezkedésű államban.”

—
OLVASÓSZERKESZTŐ: Szerdahelyi Krisztina

—
HIRDETÉSMENEDZSER: Orosz Anita, +36-30-685-9799

—
FOTÓGRÁFUS: Kiss Viktor

—
DESIGN, LAPTERV: Földi Viktor

PPH MEDIA

a Südwestdeutsche Medienholding tagja

KIADÓ: Professional Publishing Hungary Kiadó Kft.
1037 Budapest, Montevideo u. 3/B
+36-30-552-5011

FELELŐS KIADÓ: Vándor Ágnes, ügyvezető igazgató

HEAD OF EVENTS: Krémer Sára

PÉNZÜGYI VEZETŐ: Hadarics Gábor

TERJESZTÉS: Zinnern Fruzsí,
elofizetes@pphmedia.hu, +36-30-962-3493

SALES- ÉS MARKETINGKOORDINÁTOR:
Szántó Gréta, szanto.greta@pphmedia.hu

—
FOTÓÜGYNÖKSÉG: Adobe Stock

NYOMDAI ELŐÁLLÍTÁS: EPC Nyomda, epcnyomda.hu

A vélemények között közölt anyagok nem feltétlenül tükrözik a szerkesztőség álláspontját.

A Kreatív főszerkesztője csatlakozott a Főszerkesztők Fórumához. Ezzel vállalta, hogy az általa irányított szerkesztőség a Főszerkesztők Fóruma által kidolgozott és elfogadott etikai irányelvek (foszerkesztokforuma.wordpress.com/etikai-iranyelvek/) szerint végzi a munkáját.

Lapunkat rendszeresen szemlézik:

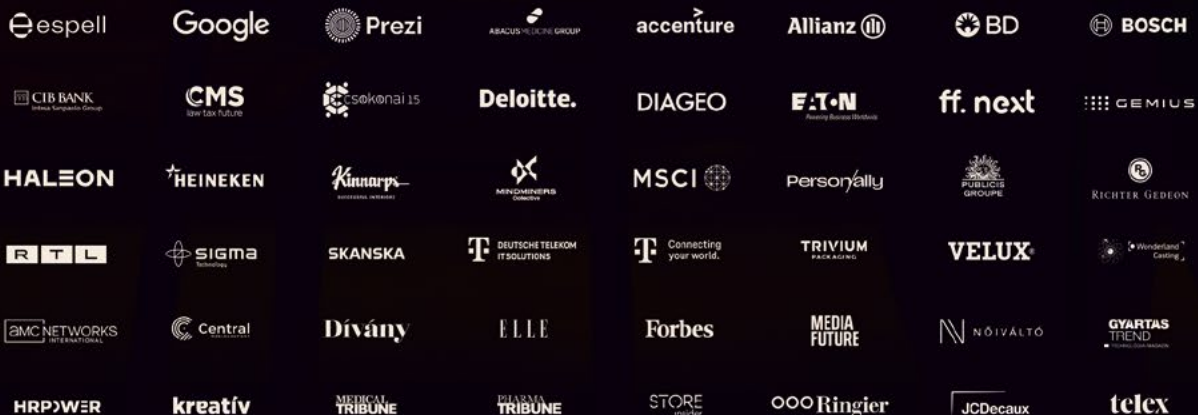
IMEDIA
OBSERVER

TÖRD ÁT A CSENDET

**Párbeszéd nélkül nincs megértés.
Tegyük együtt a nyitottabb munkahelyekért!**



Csatlakozz hozzánk te is!



nyitottakvagyunk.hu



Minden pillanat számít

Ez is, amikor köszönetet mondunk
ügynökségeinknek a közös munkáért,
a számtalan díjnyertes kampányért
és a megtisztelő helyezéért
a megbízói toplistán.

Viszlát, Vodafone, viszlát, DIGI!
Hello, One.

