

„A jövőt nem lehet megjósolni, csak alakítani.”

Gábor Dénes

$\pi$

# UNIVERSITAS 4X4

Javaslat a modellváltó, alapítványi tulajdonú  
Miskolci Egyetem  
megújító fejlesztésére



Prof. Dr. Piskóti István

REKTORI PÁLYÁZAT PREZENTÁCIÓJA

Rövid  
kiegészítő  
gondolatokkal

MISKOLC, 2020. ÁPRILIS 20.



„RENEZÁNSZ EGYETEM CSÓKJA”

# 1. Miért pályáztam? – Kicsoda?

**Bevezető személyes vallomás arról, hogy**

- egy jelenlegi sokrétű, sok-sok teendőt jelentő, élvezetes szakmai feladat-halom mellett miért pályáztam egy „még nagyobb feladatra”:
- „feladatfaló típus vagyok”, a kihívások motiválnak,
- a majdnem 60 év, és a 36 éves egyetemi munkára súlyozó életpálya „teljesítmény-csúcsát” érzem, az ismeretek, tapasztalatok teremtette stratégiai, komplex probléma-megoldó és realizáló képességekre épülően,
- családi, egzisztenciális biztonság ereje nem teremt számomra kényszerhelyzetet bármely jövőbeni szituációra,,, (s egyébként is néhány napon belül fiú-unoka erősítést kapok,)
- olyan „egyedi, történelmi szituáció” ez a modellváltás, s nem egyszerű vezetőváltás, mely helyzetmegoldását szakmám, kutatásaim és gyakorlati tapasztalataim révén eredményesen tudom segíteni,
  - a Miskolci Egyetemhez – mint első munkahelyemhez erős „szerelem köt”, ha a „házasság” nem is volt tányér-csördüléstől mentes, de minden külső csábítás ellenére sem tudtam sohse megválni a közvetlen szakmai közösségemtől,
- Az Egyetem minden számomra adatott feladatát, kihívását igyekeztem eddig is a legjobb tudásom szerint teljesíteni.

Az ez évi naptáramban - miként a korona-vírus - úgy a rektori pályázat sem volt benne, komoly szándékká a modellváltás lehetősége alakította....

π

# *motiváció: a modellváltó egyetemért*

A modell-váltást esélynek, de veszélyes, kockázatteli helyzetnek ítélem, alakítani, segíteni szeretném, és nem utólag sajnálni a Miskolci Egyetem elszalasztott lehetőségét.

*Egy nemzetközi szinten is látható siker lehetőségét szándékoztam megfogalmazni.*

## **1. „Veszélyes *esély* – esélyes veszély”**

**A modellváltás komplex – tudományos – módszertani - menedzsment – és sokunknak személyes - *kihívás!***

**2. A modellváltás általános és egyetemi koncepciója és stratégiája *formálandó – formálható!***

**3. Jelentős *újra-pozicionálás - az üzleti és társadalmi felelősséget ötvöző szemlélet, határozott (marketing)menedzsment-megoldások az átmenetet sikerfeltételei.***

# Mintha megszólított volna a feladat - ilyenekről szól az életem

Azt gondolom, s erről kívánom meggyőzni az egyetemi polgárokat, a közvéleményét és a döntéshozókat, hogy a személyemben képviselt „ismeret-tapasztalat kompetencia-ötvözet” nemcsak a stratégiaalkotáshoz, de a megvalósításhoz is alkalmas megoldás.

## 1. Szakmám a marketing

- > **Versenyképesség, a siker tudománya** – szakmája **Marketing 1.0** (értékesítés) + **Marketing 2.0** (vevőorientáció) + **Marketing 3.0** (értékorientáció) + **Marketing 4.0** (digitális) = **HOLISZTIKUS** = belső + külső = **COOPETITION** – ma korszerű alapelvek

## 2. Egyetemi vezetői, oktatás-kutatásszervezői tapasztalatok

- > **25 év Marketing** (+Turizmus) Intézet vezetése + Első egyetemi **PR** igazgató + dékánhelyetteség(ek) - Bologna- marketing országos + kari képzési stratégia, **ME Innovációmenedzsment** KKK kidolgozója - alelnöke + a szakmai-továbbfelntőtképzés **Mentorius** Tudás- és Képzőközpont vezetője, ...

## 3. Releváns kutatói témák, eredmények

- > 1993- **Innovációmarketing (CIA)** (**Innováció 4.0**) **Business marketing** (B2B, B2G, University-Business Cooperation), **Társadalmi (Social) marketing**, - Területi - **Városmarketing** – Egyetemi stratégiai (**4GE**) és operatív marketing – (**4piac**) – **Technológiai – Üzleti és Társadalmi Innovációs-portfólió** - Széchenyi/Szentágotai Ösztöndíj, OTKA, más pályázatok - szakkönyveim,

## 4. Intenzív tanácsadói, szakértői, gyakorlati tevékenység

- > **Több mint 150, nagy és kisvállalati, kormányzati és önkormányzati stratégiai-megbízás – üzleti területen-** (piacelemzés, vállalati-piaci , innovációs, marketing és kommunikációs, CSR, márkaépítés, employer branding, újra pozicionálási stratégia –
- > **társadalmi területen:** ÉM Turizmusfejlesztés, Technopolisz innovációs stratégia, Megyei Területfejlesztési-, Marketingstratégia, Város/település IVS/ITS, gazdaság-, turizmusfejlesztés és marketing program, több tucat projektervezés, realizálás

## 5. Gyakorlati vállalkozás- és városvezetői, közösségépítő tapasztalat

- > **Szemléletem** fontos **gyakorlati formálói** voltak – vállalkozói, **vállalkozásvezetői**, felügyelő bizottsági tagságok, - **egyesületek**, szakmai szervezetek alapítása, vezetése, **MMSZ – MARKETING GYÉMÁNT** - **Sziksó város alpolgármester** - városvezetői munka

# Szakmai önéletrajzi elemek...

Kivonatok ...a rend kedvéért

π

(1960. Szikszó – nős, két felnőtt lánygyermek (miskolci egyetemi jogász és közgazdász,) - MK Közgazdaságtudományi Egyetem Bp.)

- 1984 – Miskolci Egyetem
- 1994 - **Marketing és Turizmus Intézet igazgató, (korábban Tanszék)**
- 2018 - **MENTORIUS Tudás és Képzőközpont igazgató,**
- 2002-06 oktatási ügyekért felelős dékánhelyettes
- 1997-99 Miskolci Egyetem PR-igazgatója
- 1995-97 PR és külső kapcsolatokért felelős dékánhelyettes
- 2018- **MTA Gazdálkodástud. Bizottság alelnöke, Marketingtudományi Albizottság elnöke**  
(előtte Marketingtud. Bizottság alelnöke, MAB Marketingelméleti Munkabizottság elnöke)
- 2019- **Magyar Akkreditációs Bizottság Gazdaságtudományi szakbizottságának tagja**
- 1996- ME Vállalkozáselmélet és Gyakorlat **Doktori Iskola törzstag, 11végzett hallgató**
- Tudományos közlemények 242 (MTA IX. 159), hivatkozások 230 (MTA IX. 266)  
szerkesztőbizottsági tagság 7 folyóiratban
- 1997- **Magyar Marketing Szövetség elnökségi tag, alelnök (2012-13)**
- 1996- **RMC Regionális Marketing Centrum Kft.**
- 2017-19 Részfoglalkozású egyetemi tanár, Neumann János Egyetem
- 2019- **Szikszó város alpolgármestere,**



A pályázat két tartalmi súlypontja: 1. újra-pozicionálni (küldetés, szemlélet és működés vonatkozásában) az egyetemet, egy erős márka építésével, s 2. mind ehhez hatékony realizálási feltételeket biztosítani

**1.  
Fejlesztési koncepció**

**újra-pozicionálás**

**MIT?**

**UNIVERSITAS 4X4**

**2.  
Stratégia + realizálás**

**szervezet – működés**

**HOGYAN?**

**ME-RENEZÁNSZ**

## Amit tervezek, ígérek a programomban:

Minden szervezetnél a küldetés, a jövőkép a koncepció újszerűsége, határozottsága, következetessége önmagában is figyelem és bizalom-építő, különösen, ha képes pozitív, vonzó képet felépíteni,. Még akkor is így van, ha világos, hogy az a jövő egy mindenkit megmozgató – komoly, közös tervező és megvalósító munkát, erőfeszítést igényel.

**A sikeres, modern, új típusú (4GE) egyetem nemzetközi jó példája lehetünk!**

**Nem a leépítés – hanem a megújulás és a meggyőző növekedés koncepciója, stratégiája.**

**Ezt terveztem „elő”! – Ezt közösen életre tudnánk kelteni! – Ehhez minden egyetemi polgár személyesen is fontos!**

## 2. Az Intézmény vezetésével kapcsolatos terveim és megvalósítására vonatkozó elképzelések

1. A felsőoktatás, így a Miskolci Egyetem előtt álló kihívások összefoglalása  
**„FOKOZATVÁLTÁS”** FELSŐOKTATÁSI STRATÉGIA IRÁNYAI, KONKRÉT CÉLJAI MENTÉN

2. A Miskolci Egyetem helyzetének értékelése  
**NEMES TRADÍCIÓK – NEMZETKÖZI SIKEREK – AKADOZÓ FOGASKEREKEK – HIÁNYZÓ  
AUTOMATA-VÁLTÓ**

3.  
**UNIVERSITAS 4X4 – ÚJ „MODELLVÁLTÓ FEJLESZTÉSI KONCEPCIÓ”**

4.  
**„ME-RENEZÁNSZ”- SZERVEZETI – MŰKÖDÉSI ÚJRA-SZERVEZÉS**

A pályázatomban első két fejezete a „kormányzati stratégia” céljaiból, elvárásaiból kiindulva mutatja be a trendeket, s értékeli a Miskolci Egyetem versenyképességét, teljesítményét. Ez a prezentáció csak az értékelés rövid összegzését adja és a javaslatokra koncentrálni fog.



# 1. A felsőoktatás, így a Miskolci Egyetem előtt álló kihívások összefoglalása „FOKOZATVÁLTÁS” FELSŐOKTATÁSI STRATÉGIA IRÁNYAI, KONKRÉT CÉLJAI MENTÉN

Verseny, minőség, teljesítmény, siker

Oktatásterületi célkitűzések

Harmadik misszió

Kutatás fő célkitűzések

Intézményirányítás és finanszírozás

A harmadik generációs egyetem (3GE) erős társadalmi eleme a kormánystratégiában megalapozza az új, a 4GE modell alkalmazását.

A Stratégiában megfogalmazott **modellváltás általános célja** az volt, hogy az egyetemek a helyi társadalmi élet, az értelmiségképzés és a gazdaságfejlesztés motorjaként, az igényekre rugalmasan reagálva biztosítsák a képzési, kutatási, innovációs, művészeti, valamint sport és kulturális szolgáltatási **hátteret a régió és az ország versenyképességéhez.**

A Miskolci Egyetem sérülékeny versenyképessége, a jelenlegi kompetenciái, folyamatai és „termékei” kockázatokat hordoznak a modell-váltás sikeres átmenetében.

## 2. A Miskolci Egyetem helyzetének értékelése

NEMES TRADÍCIÓK – NEMZETKÖZI SIKEREK – AKADOZÓ FOGASKEREKEK  
– HIÁNYZÓ AUTOMATA-VÁLTÓ

*A Miskolci Egyetem alapvetően (kívülről nézve) nehézségektől mentes működése, a pozitív pályázati fejlesztési programok, kutatási, hallgatói sikerek, ingadozó, de meglévő hallgatói érdeklődés mögött ugyanakkor a mindennapi működésben kisebb-nagyobb problémák, elégtelenségek találhatók.*

- **versenyképessége sérülékeny**, (1. tárgyi, pénzügyi, humán erőforrások, kompetenciák, értékek terén kialakított előnyök, 2. a megfelelően felépített működési folyamatok előnyei, valamint 3. a programok, termékek előnyei)
- **nincs egyértelműen meghatározott pozicionálási profilja, márkatartalma,**
- **relatív gyenge a térségi beágyazottsága, kötődése**
- **imázs nem egyértelműen pozitív**
- **fejlesztésre szorulnak**
  - *az infrastrukturális, digitális feltételek,*
  - *a szervezeti-, szervezetirányítási, pénzügyi, marketing folyamatok,*
  - *a különböző szolgáltatások,*
  - *teljesítményértékelő és motivációs rendszer,*
  - *a képzési és kutatási portfólió elemei és*
  - *a szolgáltatási, külső együttműködési rendszere és módszere, integráltsága,*

# ME fejlesztési koncepció kerete - újrapozicionálás, márképítés stratégiai programjai

**1. ME-MÁRKA MAGJA = AZ ALKOTÓ TUDÁS - A NEGYEDIK GENERÁCIÓS EGYETEM**  
„KISS of University = Key (f(actor) in Social Success” - ME = 4GE-KÖZPONT

Transzformatív,  
átalakító egyetem

**2. Universitas 4.0 – Smart University**  
(Infrastruktúra fejlesztési stratégia)

**3. Oktatási-képzési stratégia megújítása**  
– a „hallgatói-oktatói-infrastrukturális-módszertani minőség” helyreállítása  
- Vertikálisan és horizontálisan integrált szakmai, felnőtt és továbbképzési rendszer  
- ME-Business School

**5. ME-reneszánsz**  
Új szervezeti-működési  
stratégiai-modell

**4. Innováció 4.0 stratégia**  
(műszaki-menedzsment és társadalmi innovációs portfólió)

**6. Marketing 4.0 –** kiemelten belső  
kommunikációs stratégia<sup>2020</sup>

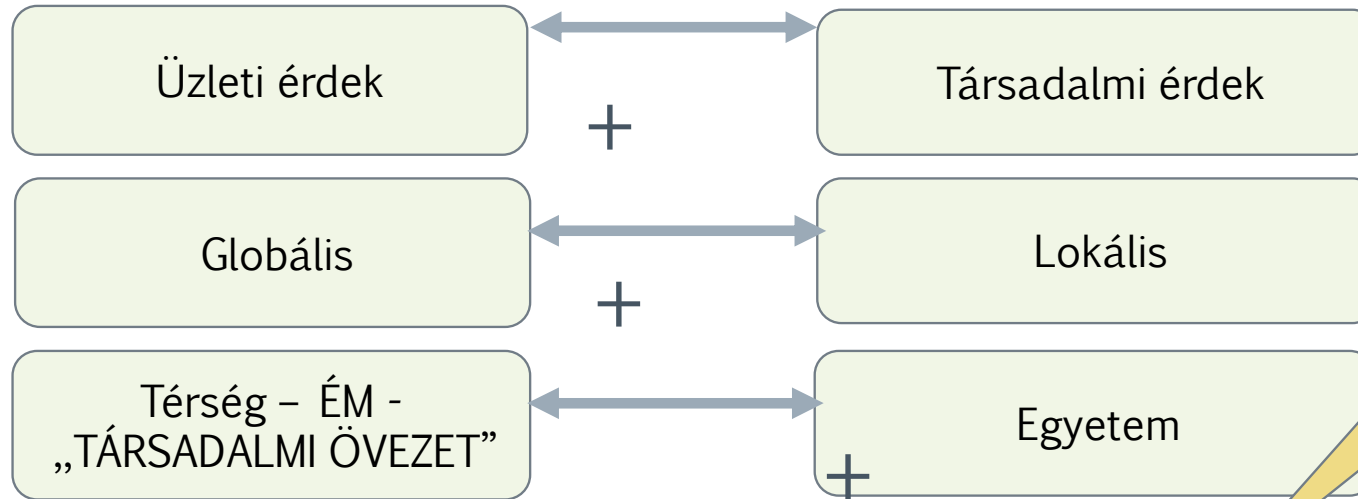
**4.a. Science + Technology Park**  
(K+F+I Központ)

**4.b. Park of Social Sciences**  
(Társadalomtudományi  
Központ)

A MODELLVÁLTÁS KONCEPCIÓ – STRATÉGIA PROGRAMOK REALIZÁLÁSI TERVE 2020

# Σ Új pozicionálás – koncepció – stratégia és taktika

π



Az Egyetem és a térség integrált, Egyetem által transzformált fejlesztése mindkettőjük sikerének feltétele és eredménye.

**KETTŐT EGY CSAPÁSRA!**  
A „felsőoktatás – térségfejlesztés” egyetlen összekapcsolódása az országos és a lokális kormányzatok számára egyaránt hatékony, optimalizált „probléma-kezelés”, rendszer-megoldás, végre.

A 4GE új, működőképes modellje arra is gyakorlati példa lesz:  
- Miként teremthető meg az üzleti és társadalmi érdek, a globális és a nemzeti, lokális folyamatok összhangja, az egyetemi és a térségfejlesztési stratégiák integrálásával.

**TÖBB MINT EGYETEM !  
amiről szó van ...  
TÉRSÉGFEJLESZTÉS**

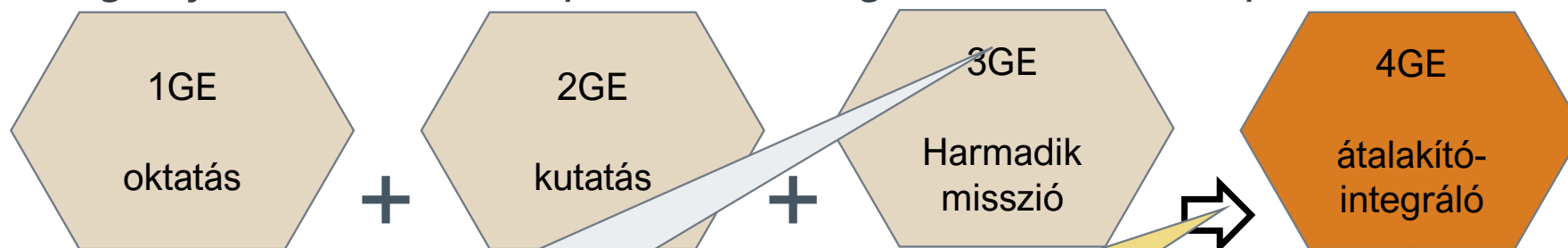
**A (4GE) EGYETEM MAGA IS ALAKÍT(HAT)JA TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI KÖRNYEZETÉT.**

**GENERÁLÓ, TEREMTŐ, ADOTT ESETBEN INTEGRÁLÓ SZEREPET JÁTSZIK A TÉRSÉGEK, KÜLÖNÖSEN A MAGÁT NEHEZEN MEGSZERVEZNI TUDÓ ELMARADOTT TÉRSÉGEK FEJLŐDÉSÉBEN, ÉLETÉBEN.**

klasszikus triple helix modell - (harmadik misszió újra formálása - a felelősségteljes innovációt meghaladva, annak térségi kötődését erősítő stratégiai szemlélet - kormány-akadémia-vállalkozás hármasa kibővül a média és kultúraalapú közösségi tér, civil társadalom dimenzióval (Quadruple Helix modell), s annak természeti környezettel való kiszélesítésével (Quantuple Helix modell).

**ÚJ MINŐSÍTÉSI ÉS VERSENYDIMENZIÓKAT HOZ BE AZ EGYETEMEK KÜLSŐ – BELSŐ MEGÍTÉLÉSÉBE** (a jelenleg több ponton kritizálható – túl-elüzetliesedett – álmínőségeket (is) preferáló megközelítésekhez képest)

*4GE (4.generációs egyetem) – mint a globális értékű, nemzetközi beágyazottságú egyetemi tudás lokális hasznosítására (is) koncentráló, a térségi fejlődés sikerében proaktív, integratív kulcs-szereplő*



- 3GE

- Oktatás + kutatás + tudáshasznosítás
  - értékteremtés,
- Szakemberek, tudósok, vállalkozások
  - Vállalkozó, szolgáltató egyetem,
    - Globalizmus terepe
  - Professzionális menedzsment,
    - Negatív hatások,
  - Túlzó vállalkozásorientáltság, manipuláció, álminőségek

**Proaktív, Transzformatív egyetem,**

- **TÁRSADALMI ÖVEZET - KLASZTER - Társadalmi innovációk – létrehozás a társadalmi ügyek megoldásáért (KOMPLEX TEVÉKENYSÉG egysége)**
- **NEMCSAK MISSZIÓ – AKTÍV SZAKMAI, PÉNZÜGYI LÁB**
- **BELSŐ KOORDINÁCIÓS HATÁSÚ,**
- **minden tudományterületet integráló –**
- **A PARTNEREK SZÁMÁRA LÁTHATÓ és KONTAKTÁLHATÓ –**
- **KUTATÓ-STRATÉGIAI ÉS SZOLGÁLTATÓ KAPCSOLATI KÖZPONT**
  - - nemzetköziesedést támogató,
- az állam általi finanszírozási rendszerben és az egyéni teljesítményértékelési rendszerben is érvényesítendő teljesítmények

-4GE

- Oktatás + kutatás + tudáshasznosítás + proaktív, átalakító, társadalomfejlesztő tudáserő, értékteremtés,
  - helyi gazdasági-társadalmi motor
- Szakemberek, tudósok, vállalkozások és helyi közösségek
- Társadalmilag felelős vállalkozó egyetem,
  - globális + lokális
- Professzionális + tudós és helyi szakemberek a menedzsmentben

# ME fejlesztési koncepció - újrapozicionálás, márkáépítés stratégiai programjai

1. ME-MÁRKA – A KONCEPCIÓ MAGJA = A NEGYEDIK GENERÁCIÓS EGYETEM  
„KISS of University = Key (f(actor) in Social Success” - ME = 4GE-KÖZPONT

Transzformatív  
egyetem

2. Universitas 4.0 – Smart University  
(Infrastruktúra fejlesztési stratégia)

3. Oktatási-képzési stratégia megújítása  
– a „hallgatói-oktatói-infrastrukturális-módszertani minőség” helyreállítása  
- integrált szakmai, felnőtt és továbbképzési rendszer  
- ME-Business School

5. ME-reneszánsz  
Új szervezeti-működési  
stratégiai-modell

4. Innováció 4.0 stratégia  
(műszaki-menedzsment és társadalmi innovációs portfólió)

6. Marketing 4.0 – kiemelten belső  
kommunikációs stratégia<sup>2020</sup>

4.a. Science + Technology  
Park  
(K+F+I Központ)

4.b. Park of Social Sciences  
(Társadalomtudományi  
Központ)

A MODELLVÁLTÁS KONCEPCIÓ – STRATÉGIA PROGRAMOK REALIZÁLÁSI TERVE 2020

## 2. Universitas 4.0 – Smart University (Infrastruktúra fejlesztési stratégia)

UNIVERSITAS 4.0 / SMART UNIVERSITY

### Az egyetemi digitális fejlesztését befejező beruházások

- infrastruktúra, kutatás-tudástranszfer, oktatás-továbbképzés, az irányítás, adminisztráció területén egyaránt -

Stratégiai feltétel

Az első (digitalizációs) fejlesztés megoldását célszerű lenne az alapító állam, a kormányzati „hozomány” részeként megvalósítani, míg a második, város-fejlesztési program a vagyonnal és tudással való saját gazdálkodás, többemű külső forrásbevonás eredménye lehet.

ÉLETERŐ-NÖVEDELÉS AZ ORSZÁG LEGSZEBB  
CAMPUSÁN

### „Egyetemváros-fejlesztés” programja

- Élni kell az ingatlan-vagyonnal való szabadabb rendelkezés jogával, s a campus egykori „élénkségét” visszaállítandó, sőt annál többet – különböző, elsősorban a vállalkozások által megvalósítandó beruházások révén – jobban integrálni a campus-t a város, M-Tapolca életébe, s ebben a „fűtőmű-projektet is bevonni. (lásd: Ker., EKK, K<sup>3</sup>)

A minőségi tér szükséges vonzereje 15

# ME fejlesztési koncepció - újrapozicionálás, márkáépítés stratégiai programjai

1. ME-MÁRKA – A KONCEPCIÓ MAGJA = A NEGYEDIK GENERÁCIÓS EGYETEM  
„*KISS of University = Key (f(actor) in Social Success*” - ME = 4GE-KÖZPONT

Transzformatív  
egyetem

2. Universitas 4.0 – Smart University  
(Infrastruktúra fejlesztési stratégia)

3. Oktatási-képzési stratégia megújítása  
– a „hallgatói-oktatói-infrastrukturális-módszertani minőség” helyreállítása  
– integrált szakmai, felnőtt és továbbképzési rendszer  
– ME-Business School

5. ME-reneszánsz  
Új szervezeti-működési  
stratégiai-modell

4. Innováció 4.0 stratégia  
(műszaki-menedzsment és társadalmi innovációs portfólió)

6. Marketing 4.0 – kiemelten belső  
kommunikációs stratégia<sup>2020</sup>

4.a. Science + Technology  
Park  
(K+F+I Központ)

4.b. Park of Social Sciences  
(Társadalomtudományi  
Központ)

A MODELLVÁLTÁS KONCEPCIÓ – STRATÉGIA PROGRAMOK REALIZÁLÁSI TERVE 2020



π

### 3. Oktatási-képzési stratégia megújítási elemei

– a „hallgatói-oktatói-infrastrukturális-módszertani minőség” helyreállítása

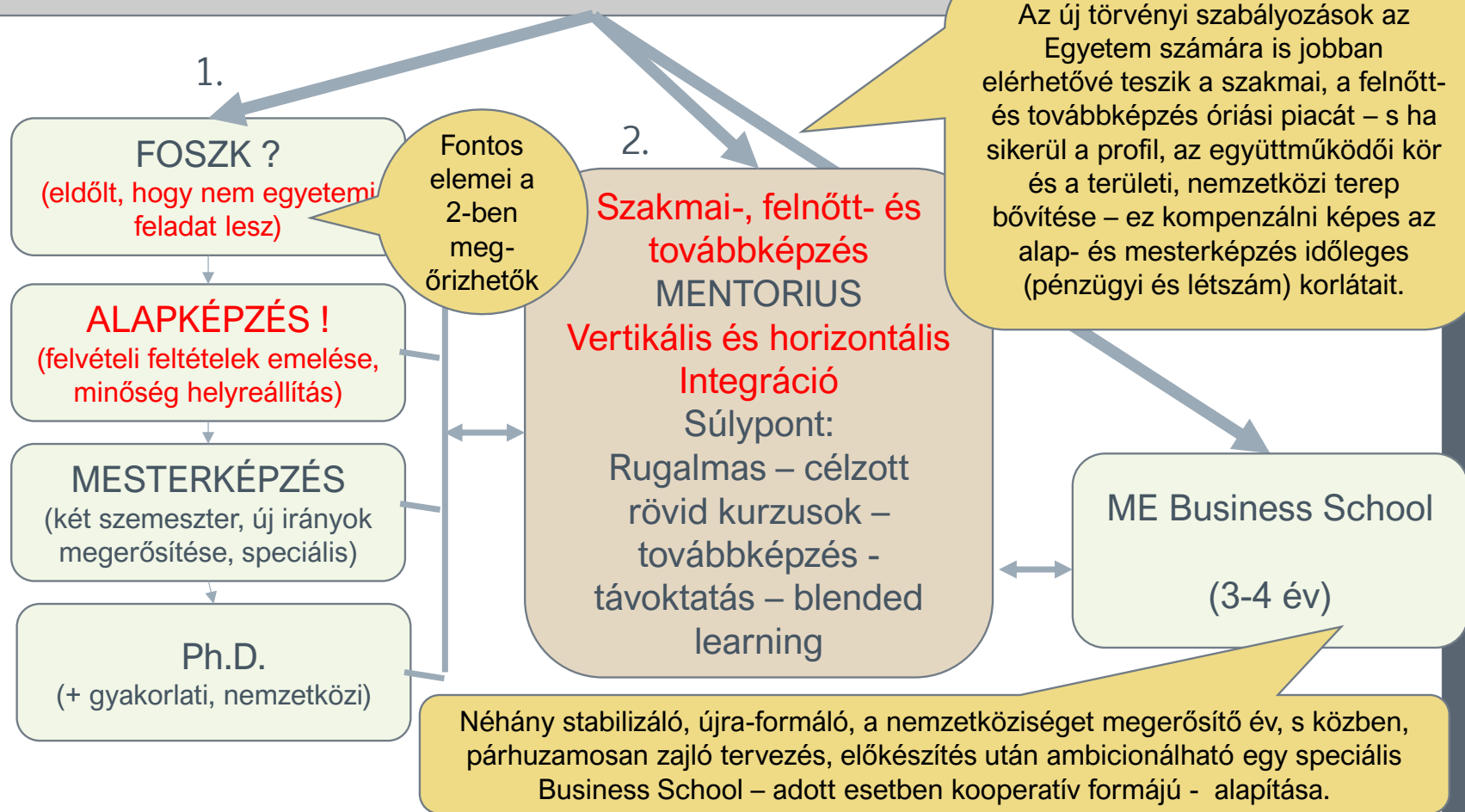
- Új minőségi stratégiai elvű alap, rugalmas mester és erős doktori képzések
  - integrált szakmai, felnőtt és továbbképzési rendszer
  - ME-Business School

OKTATÁSBÓL (MÉG-MÁR)  
NEM ÉLÜNK MEG!

(A demográfiai trendek, a nemzetközi, fővárosi (debreceni?) elszívó hatás – a sokszor maradék-elvű jelentkezés, a FOSZK „kiemelése” tovább csökkenti a hallgatói létszámot.

ITT AZ IDEJE AZ ÁTMENETILEG KISEBB VOLUMENŰ, DE NAGYOBB MINŐSÉGŰ OKTATÁSNAK AZ ALAP ÉS MESTERSZAKON!

*El kellene érni egy gyakorlati doktori képzési forma törvényi szabályozását!*



# ME fejlesztési koncepció - újrapozicionálás, márkáépítés stratégiai programjai

1. ME-MÁRKA – A KONCEPCIÓ MAGJA = A NEGYEDIK GENERÁCIÓS EGYETEM  
„*KISS of University = Key (f(actor) in Social Success*” - ME = 4GE-KÖZPONT

Transzformatív  
egyetem

2. Universitas 4.0 – Smart University  
(Infrastruktúra fejlesztési stratégia)

3. Oktatási-képzési stratégia megújítása  
– a „hallgatói-oktatói-infrastrukturális-módszertani minőség” helyreállítása  
- integrált szakmai, felnőtt és továbbképzési rendszer  
- ME-Business School

5. ME-reneszánsz  
Új szervezeti-működési  
stratégiai-modell

4. Innováció 4.0 stratégia  
(műszaki-menedzsment és társadalmi innovációs portfólió)

6. Marketing 4.0 – kiemelten belső  
kommunikációs stratégia<sup>2020</sup>

4.a. Science + Technology  
Park  
(K+F+I Központ)

4.b. Park of Social Sciences  
(Társadalomtudományi  
Központ)

A MODELLVÁLTÁS KONCEPCIÓ – STRATÉGIA PROGRAMOK REALIZÁLÁSI TERVE 2020

## 4. Innováció 4.0 stratégia

(műszaki - menedzsment és a társadalmi innovációs portfólió)

**4.a. Science +  
Technology Park**  
(K+F+I Központ)

A két park, a  
két program  
egymást is  
erősíti,  
feltételezi.

**4.b. Park of Social  
Sciences**  
(Társadalomtudományi  
Park Miskolc)



(Üzleti modellek – globális/regionalitás – integrált hálózatok)

Mint tudjuk, a S+T Parkok rendkívüli sikerlehetőséget hordoznak, s mutatnak fel a világban, ugyanakkor – miként arra a nemzetközi eredményekkel összhangban a saját kutatásaim is felhívják a figyelmet - a műszaki-kutatói tudás mellett alapvető, egyenrangú sikertényező a jól megválasztott **üzleti modell**, mely egy integrált **hálózati együttműködéshez** kötődik, s ahol egy Egyetem elfogadottságát a vállalkozások teljes **innovációs-portfóliójának** támogató képessége jelentősen erősíti. Eseti, rögtönzött megoldások siker- és hitelrombolók.

A 4GE-modellből szervesen következik, hogy vállalkozások innovációs versenyelőnyeit támogató műszaki karok sikerlehetőségei mellé a társadalom-tudományi karok is felépüljenek, melyhez különös esélyt ad az **Egyetemünk társadalmi innovációkat kutató kiválósági központja.**, melyre épülően egy (erős második kutatás-tudáshasznosítási és társadalomfejlesztési lábként) Társadalomtudományi Parkot hozunk létre. **A nemzetközileg is ritka kezdeményezés erős márka és pozícionáló elemünk lehet**, hiszen a 4GE alapján egy egészen új dolgot alkothatunk, egyedi lehetőségünk adódik és ha ehhez bázisul a **Fűtőmű** (a megművelt Science Múzeum) **épületét társítjuk, kettős üzleti siker adódhat**, mely az „egyetemváros-fejlesztési programnak is dinamizmust adhat.

# ME fejlesztési koncepció - újrapozicionálás, márképítés stratégiai programjai

1. ME-MÁRKA – A KONCEPCIÓ MAGJA = A NEGYEDIK GENERÁCIÓS EGYETEM  
„KISS of University = Key (f(actor) in Social Success” - ME = 4GE-KÖZPONT

Transzformatív  
egyetem

2. Universitas 4.0 – Smart University  
(Infrastruktúra fejlesztési stratégia)

5. ME-reneszánsz  
Új szervezeti-működési  
stratégiai-modell

A legnehezebb feladat következik, hiszen nemcsak a szakmai munkánkat, oktató-kutató munkateljesítményünket kell javítani, hanem magunkat, a megszokásainkat, megszokott működési módjainkat.

A modell-váltás, a alapítványi tulajdonlás, a speciálismagánegyetemi jelleg okán szükséges törvényi kiegészítések, a kuratórium és az intézmény szerződési keretek jelenleg zajló formálódási lehetővé teszi az eddigiekhez képest szokatlan egyetem-működési megoldások alkalmazását, ilyenek megfogalmazását. Ebből van néhány a programomban.

6. Marketing 4.0 – kiemelten belső kommunikációs stratégia<sup>2020</sup>

Stratégia megújítása

„Metodológiai minőség” helyreállítása  
továbbképzési rendszer  
School

4. Innováció 4.0 stratégia

Adalmi innovációs portfólió)

4.b. Park of Social Sciences  
(Társadalomtudományi  
Központ)

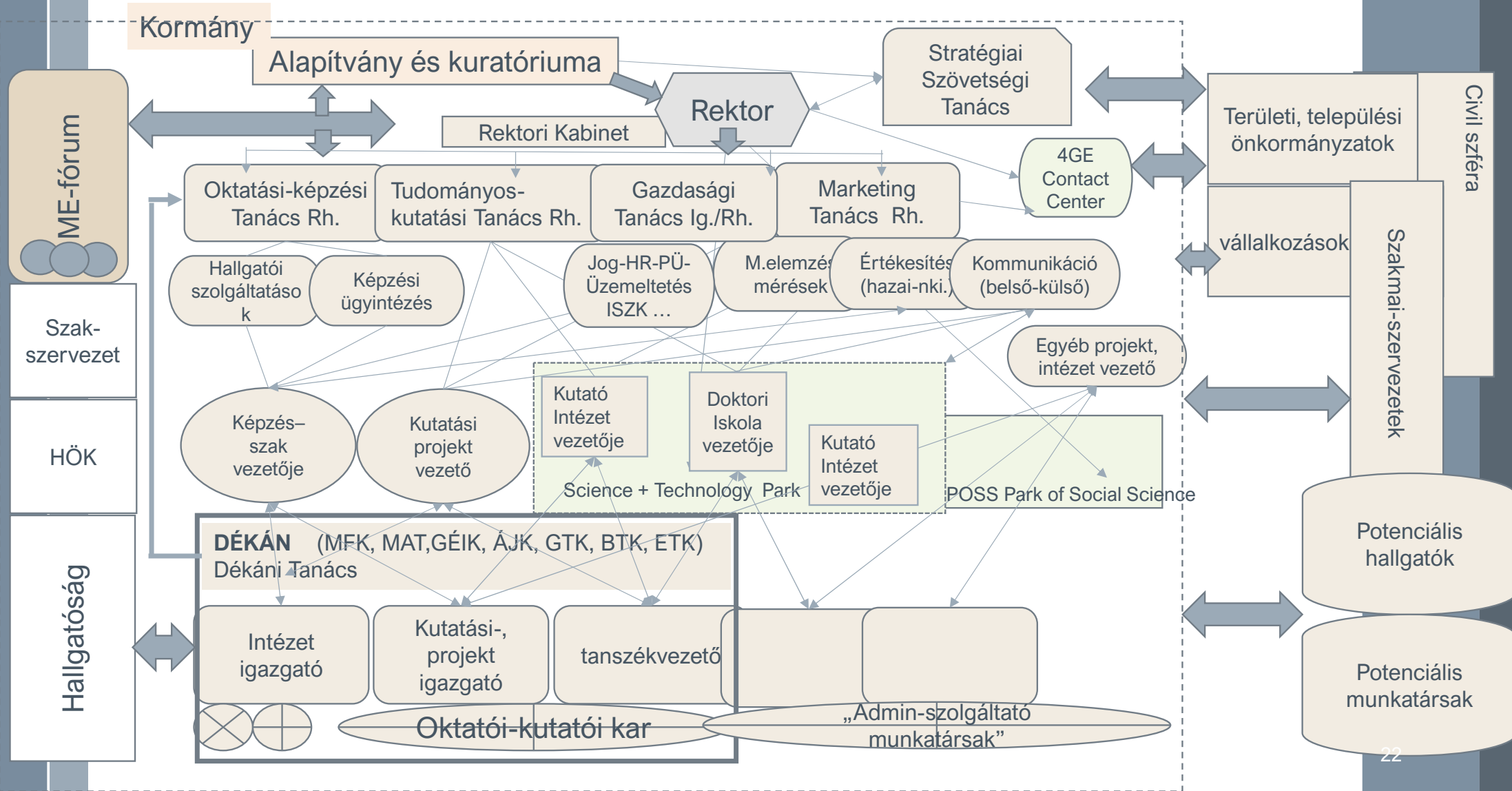
A MODELLVÁLTÁS KONCEPCIÓ – STRATÉGIA PROGRAMOK REALIZÁLÁSI TERVE 2020

# Egységes szellemiségű és működésű Egyetem!

- › Ahol
  - › minden egyetemi polgár, minden szervezeti egység,
    - › ismeri és elismeri helyét az EGYETEM EGÉSZÉBEN
  - › a feladatára képzett, motivált, felelős, kész tenni az EGYETEMÉRT,
- › melynek alapformája az egymás érdekeinek összehangolására törekvő együttműködés
  - › mert össze kell kössön minket a siker iránti szándék,
    - › a közös identitás, „a selmeci” kultúra.

## 5. ME-renevezés

### Új szervezeti-működési stratégiai-modell





π

## 6. Marketing 4.0 + kiemelten belső kommunikációs stratégia<sup>2020</sup>

### BELSŐ MARKETING, KOMMUNIKÁCIÓ

- Információs rendszer
- Munkatársi elégedettség,
  - Megbecsültség
  - Motiváció
- Belső identitás
- **Employer Branding**
- **/Jó munkahely!**

A munkatársak ismerjék, elfogadják és azonosuljanak az új stratégiával, alapvető sikertényező. avagy a legnagyobb kockázati tényező is egyben.

### KÜLSŐ MARKETING MÁRKAÉPÍTÉS – ÉRTÉKESÍTÉS – KOMMUNIKÁCIÓ

COOPETITON

**ME = AZ ALKOTÓ TUDÁS**

Az új, módosított identitás, arculat felépítése, egy igazi marketing-, márkastratégia nélkül sem működik a jövő.

A MODELLVÁLTÁS KONCEPCIÓ – STRATÉGIA PROGRAMOK  
REALIZÁLÁSI TERVE 2020 december 31-ig elkészítendő.



# Mindezt miből? Finanszírozás? Reális?

π

- › Hozomány! (az „átadott” állami vagyon)
- › Garantált források! (szerződés a kormányzattal)
- › Saját, üzleti-értékesítési bevételek, megbízások!
- › Pályázati források!
- › Közös projektek!
- › Megmozdítható üzleti befektetések!

**A Miskolci Egyetem, nemcsak  
pénzügyileg lesz hitelképes!**

# Újszerű – sokrétű – egymástól is függő program! KOCKÁZATOS?

- › **Kevésbé** kockázatos, mint egy hagyományos menetelés
- › mert
- › szakmailag **megalapozott** – egymást erősítő elemekből áll (**szinergikus**)
- › a **saját**, az Egyetem és szervezetei, személyiségei **erejére, tudására, kreativitására épít**,
- › **képes** kormányzati, tudományos, üzleti, társadalmi **partnerek, szövetségesek vonzására**
- › mind ezáltal egy széles, hálózati **együttműködésre épülő**
- › **stabil, biztonságos keretek jönnek létre**,
- › **persze sok munkával.**



Vivat Academia!  
Vivat Professores!

Köszönöm a figyelmet!

[piskoti@uni-miskolc.hu](mailto:piskoti@uni-miskolc.hu)  
[www.piskotiistvan.hu](http://www.piskotiistvan.hu)