

„Nincs gyakorlatiasabb egy jó elméletnél”
(Albert Einstein, James C. Maxwell)
„Nincs jó elmélet a gyakorlat tudása, tapasztalata nélkül”
(Marketing és Turizmus Intézet)



UNIVERSITY PARTNERSHIP MODEL

Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kara Marketing és Turizmus Intézet

INTEGRÁLT PARTNERSÉGI MODELL

Pilot-projekt – 2016.

Csatlakozzon az Ön vállalkozása, intézménye, non-profit és civil szervezete is
intézetünk tudáspartnereihez, részvényeseihez!

Rövid és hosszú távú üzleti, innovációs, marketing sikerlehetőségeket,
költségmegtakarítást kínálunk, azaz kölcsönös – a partnereknek, az egyetemnek
és a hallgatónak egyaránt – előnyöket teremtő együttműködést!

OKTATÁSI TUDÁSCSEREPROGRAM

Kereskedelem és marketing

Szakvezető: *Prof. Dr. Piskóti István*
BA alapképzés – Felsőoktatási szakképzés

Turizmus-vendéglátás

Szakvezető: *Dr. Dankó László*
BA alapképzés – Felsőoktatási szakképzés

Marketing mesterszak (MSc.)

Szakvezető: *Prof. Dr. Piskóti István*

Felnőtt- és továbbképzési program

Programfelelős: *Dr. Nagy Szabolcs*

- Meghívás oktatásba, kihelyezett órák a partnerről
- Esetfeladatok közös kidolgozása, megoldása
- Tanítárgy- „névadó” partneriség
- Féléves BA/FOX hallgató szakmai gyakorlat
- Duális BA képzési együttműködés
- Díjmentes MARKETINGAUDIT végzés a mesterhallgató cégénél
- JUNIOR-MARKETINGMENEDZSER PROGRAM
- Nyári mesterhallgató szakmai gyakorlat
- Kvázi-duális mesterképzés
- On-line alapú nyílt, ingyenes rövidkurzusok
- Modulokból álló módszertani kurzusok
- Egyedi értékesítési, kommunikációs tréningek
- Belső marketing – belső kommunikációs kurzus

TUDÁSTEREMTÉS – KUTATÁSOK BÖRZÉJE

Kutatóműhely kiemelt témaköréi

Businessmarketing • Innovációmarketing
• Társadalmi/non-business marketing
• Városmarketing • Turizmus •
Desztinációmarketing



UPM – University Partnership Model

Az Intézet és a gyakorlati szféra
együttműködési rendszere

TUDÁSMARKETING Szakmai versenyek, díjak, nagyprogramok

- OVM Országos Városmarketing Verseny
- „MARKETINGGYEMÁNT”
Országos Városmarketing Díj
- „GASZTROVIDEK”
Országos Gasztronómiai Verseny
- „STARCTY”
Városmárka-érték/Versenyképesség mérése
- „Innocreation”
Országos Marketingstratégiai Verseny

TANIRODAI TUDÁS-SZOLGÁLTATÁSOK

„Min-Trade” Kereskedelmi Taniroda

Mentor: *Dr. Dankó László*

- Értékesítési-kereskedelmi szolgáltatások
- Web/e-kereskedelem

„Min-Research” Marketingkutatás Taniroda

Mentor: *Dr. Molnár László*

- Piac- és marketingkutatások, elemzések
- Vevő- és ügyfélelégedettség mérések
- Egyedi információ-gyűjtés

„Min-Media” Kommunikációs Taniroda

Mentor: *Gulyásné Dr. Kerekés Rita*

- Reklám, PR, SP programok, kampányok tervezése
- Kommunikációs hírdzés és szerző felhasználása
- Kreatív anyagok tervezése, készítése

„Min-Event” Tankönyv-átterem – Borklub

Mentor: *Dr. Berné Zsuzsa*

- Csapatépítő tréning (közös főzés) szervezése cégeknek
- Főzősulij, szakmai bemutatók

- Tankönyv-átterem (tovább)képzés vendéglátóknak
- Bor-akadémia, borismereti kurzusok
- Barista-képzés, tematikus kistenisztevények, vizsgák

„Min-Helyi termék” Bemutató és bolt

Mentor: *Dr. Székely Zoltán*

- Helyi termékek bemutatása az egyetemi piacon
- Online bemutatás
- Rendszerezés értékesítési lehetőségek biztosítása

„Min-Event” Rendezvény-szervező Taniroda

Mentor: *Nagy Katalin*

- Szakmai és belső rendezvények lebonyolítása
- Hostess és egyéb támogató szolgáltatások

MEGGY | TMEGGY

Marketing és
turizmuselmélet és
gyakorlat konferenciája

MARKETINGKALEFIDOSZKÓP
tudományos periodika
STRATEGIAALKOTÁS
operatív marketingtanácsadás

A MIM-UPM-mo- dell a nyitott intézeti műkö- dés koncepció- jára épül, az ez irányba fejlődő Gazdaságtudo- mányi Kar kísér- leti projektje.

Célja, hogy az Intézet több évtizedes tapasztalatait, a kialakult gyakorlati együttműködési formákat összehangolt, sokelemű, sziner-
gikus hatásokat eredményező rendszerré szervezzük.

Meggyőződésünk, hogy az egyetemi szféra és a gyakorlatban dolgozó vállalkozások, szervezetek együttműködésének csak akkor lesz stratégiailag is jelentős, kölcsönösen előnyös és hatékony hatású, ha az oktatásra, a kutatásra és a különböző szolgáltatásokra egyaránt kiterjed. A sok elemű tudáscsere, a kölcsönös bizalom, az egymás képességeinek alapos ismerete és a személyes kapcsolatok építik a tartós szakmai sikert.

A „MIM-UPM” együttműködés területei

- Oktatási tudáscsere-program, a szakjainkon folyó képzéshez kapcsolódóan
- Közös tudásteremtés – kutatási projektek létrehozása, kutatási börze
- Szakmai, üzleti tudás-szolgáltatások hallgatói részvételű tanirodai rendszere
- Tudás-marketing – országos szakmai versenyek, díjak és nagyprojektek

Az oktatási tudáscsere-program keretében integráljuk a képzésbe a partnereink gyakorlati tapasztalatait, vendégoktató státuszokat, tantárgy-védnökséget, hallgatói feladatkiírás lehetőségét, duális képzést, gyakornoki programokat kínálunk! Eseti vagy tartós együttműködést egyaránt tervezhetünk!

Egyedi megbízású vagy multiclient, bárkinek elérhető marketingkutatásokat, elemzéseket nemcsak a kiemelt tématerületeinken végzünk. Ha nem akar önálló kutatást végeztetni, de érdekli az alábbi kérdések, problémák megoldásának háttere, társuljon a közös finanszírozáshoz, vegyen részt a kutatási börzén! A kutatási börze projektjeinek tervezett kérdéskörei:

A tudatos marketing a siker záloga. Marketing-audit készítése a jelenlegi gyakorlat hatékonyságának minősítésére. **A külső környezeti adottságra rövid távon nem tudunk hatást gyakorolni:** Ismerem-e ezeket a feltételeket, mi jelent veszélyt vagy lehetőséget?

A verseny erősebb mint valaha: Vegyük számba a versenytársakat, stratégiájukat, erősségeiket, gyengeségeiket, méretüket, piacrészesedésüket! **Mindenki ugyanazt akarja?** Derítsük fel a fogyasztói szegmenseket, ismerjük meg az egyes csoportok szükségleteit, igényeit!

Az információ hatalom. Vajon rendelkezem-e a megalapozott üzleti döntések meghozatalához szükséges információval? **Mutasd a vedvőt, megmondom ki ő és hogyan gondolkodik?** Melyek a vásárlási döntés legfontosabb kritériumai, milyen súlyt kapnak, a döntési folyamatban?

A vevők márkákat preferálnak. Milyen erős márká a cégem, a termékem? **Az elégedett, értékes vevő lojális lehet, sőt partnerként, szövetségként is támogathat.** Elégedett-e a vevőim és mit tanulhatok az elégedettségmérésekből? Kik a legfontosabb vevőim, ügyfeleim, hogyan értékeljem, és hogyan tartsam meg őket?

Az egészségtudatosság szerepe nő a fogyasztói, vevői döntésben. Érdemes-e egészségtudatos termékkel, foglalkozni és hol?

A negatív vélemény sokkal több emberhez eljut, mint az elismerés. Megfelelő-e a panaszkezelési rendszerem,

tudom-e kezelni a kritikus helyzeteket? **Az elégedett ügyfélhez a legrövidebb út az elégedett munkatárs.** Mennyire elégedettek velem, mint munkáltatóval az alkalmazottak?

Az innovációs tevékenység elsődleges sikertényező. Hol vannak az innovációs lehetőségek (termék, gyártási, szervezeti és marketing-piaci) a vállalkozásomnak? **Egy jó termék záloga a megfelelő alapanyag.** Nézzünk körül a beszállítók háza táján, értékeljük és fejlesszük őket – a mi érdekünk!

A cégek társadalmi felelősségvállalása nem csak karitatív, de üzleti kérdés is. „Megtérül-e” a társadalmi felelősségvállalás (CSR), mikor lesz hatékony?

A sikeres reklám, marketingkommunikáció nem csak pénzkérdés. Hogyan ötvözőndő az online és az offline marketingkommunikáció? Hogyan költsem el hatékonyan a reklám-büdzsémét?

A közösségi média, hálózatok egyre meghatározóbb marketingeszközök. Mikor, mely területen, milyen szerepet játszhatnak a közösségi hálózatok a cégek értékesítésében?

A kiskereskedelem, a boltok közötti versenyben csak tudatos marketing segít. Hogyan lesz hatékonyabb a kiskereskedelem, mit kell változtatni az üzletpolitikában, a boltban, a működésben, a bolt érdekében?

A kapcsolatok, a hálózatok, az együttműködés építése-fenntartása marketing feladat is. Kikkel, mikor, mely területeken, milyen intenzitással érdemes együttműködni a piacon, mit kell tenni ennek érdekében?

A „tanirodák” szaktanári irányítással, mentorálással működő hallgatói szakmai közösségek, melyek képesek önálló, kisebb-nagyobb marketingfeladatok, programok megoldására, támogatására, tudás-szolgáltatásra!

OVM Országos Városmarketing Verseny Az Intézet által 2009-ben alapított, kétévente megrendezésre kerülő szakmai versenyén rendszeresen több mint 60, háromfős csapat vesz részt, hat regionális elődöntőn versenyezve jutnak a legjobbak a miskolci döntőbe. A projektet több mint nyegen önkormányzat, szakmai szervezetek, szövetségek és vállalkozások támogatják. A rendezvényhez szakmai konferencia is kapcsolódik. További részletek: www.marketing-turizmus.hu/varosmarketing

„Marketinggyémántok” Országos Városmarketing Díj A Magyar Marketing Szövetséggel társszervezésben alapított díj keretében hat kategóriában mérettetethetik meg az önkormányzatok, a szakmai és civil szervezetek a városuk érdekében végzett marketing tevékenységüket. A legtöbb „minőségvédjegy” nyert város az adott év „marketingfővárosa” címet nyeri el. További részletek: www.varosmarketingdij.hu

„Gasztrovidék” 2017-ben indul, egyetemisták és középiskolások közös csapatai kutatják és egy jellemző menü elkészítésével, kínálásával prezentálják a magyar **gasztronómiai és vendéglátás** hagyományokat öt nagy gasztrofesztivál helyszínén rendezték **verseny**-fordulóiban.

„Starcity” – kutatási projekt indulás előtt **A magyar nagyvárosok márkaértékének, versenyképességének** új, saját fejlesztésű, integrált módszertan alapján való **mérése és rangsor elkészítése**, mely nemcsak dicsőséget mutat, de adataival a város-stratégia készítését, értékelését is segíti.

„Innocation” 2017-ben induló kreatív marketingstratégiai verseny, melynek szakmai középpontjában a vállalkozások K+F, innovációs folyamatait támogató marketing-megoldások, marketinginnovációk kidolgozása áll, konkrét partnervállalati szituációk, projektfeladatok terepén.

A 2016 ÉV NAGYPROJEKTJE:

MIM-Gasztro – Tankonyha – étterem és Borklub beruházás!

Az Intézet székhelyét az A/2. épület 1. emeletén, a jelenlegi és új helyiségek bevonásával a MIM-UPM koncepciója megvalósításához igazodó infrastruktúrává, **„szakmai találkozási ponttá”, „közösségi helyé”** kívánjuk fejleszteni. Ennek legjelentősebb eleme a gasztronómiai műhely, (főzőszigetek, mini-étterem, bor-bemutató, szak-előadó) kialakítása, mely az oktatás segítése mellett a „gasztro-taniroda” bázisát is jelenti majd, ahol csapatépítő tréning (közös főzés), főző-suli, szakmai bemutatók szervezésére, Bor-akadémia, borismereti és bormarketing kurzusok, barista-képzés, tematikus kisrendezvények, vendéglátás szakvizsgák tartására nyílik lehetőség.

Minden szemeszterben megtartjuk a **MEGY – Marketing Elmélet és Gyakorlat konferenciánkat**, ahol tandem-előadásokkal (egyetemi és gyakorlati szakember közös prezentálásával) vitatjuk meg a marketing és a turizmus aktuális kérdéseit. Az előadásokhoz készült tanulmányok is megjelennek az Intézet tudományos periodikájában a **„Marketingkaleidoszkóp”**-ban

További információk a www.marketing-turizmus.hu honlapunkon, vagy a www.facebook.com/marketingesturizmusintezet felületen.

Ismerje meg az Intézetet, munkatársainkat, hallgatóinkat, a már együttműködő partnereinket.

A MIM - UPM 2016. szeptember 30-án indul.

Hogyan lehet valaki partner, a MIM „részvényese”?

Várjuk jelentkezését és keressük Önt egy célzott együttműködési portfólió kialakításáért!
Marketing és Turizmus Intézet – Prof. Dr. Piskóti István intézetigazgató

3515 Miskolc-Egyetemváros A/2. épület 110. • mim@uni-miskolc.hu • piskoti@uni-miskolc.hu

UPM-partnर्सég Party és MEGY-konferencia
2016. november 10-én.