

Az MNB Tudásközpont, Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ



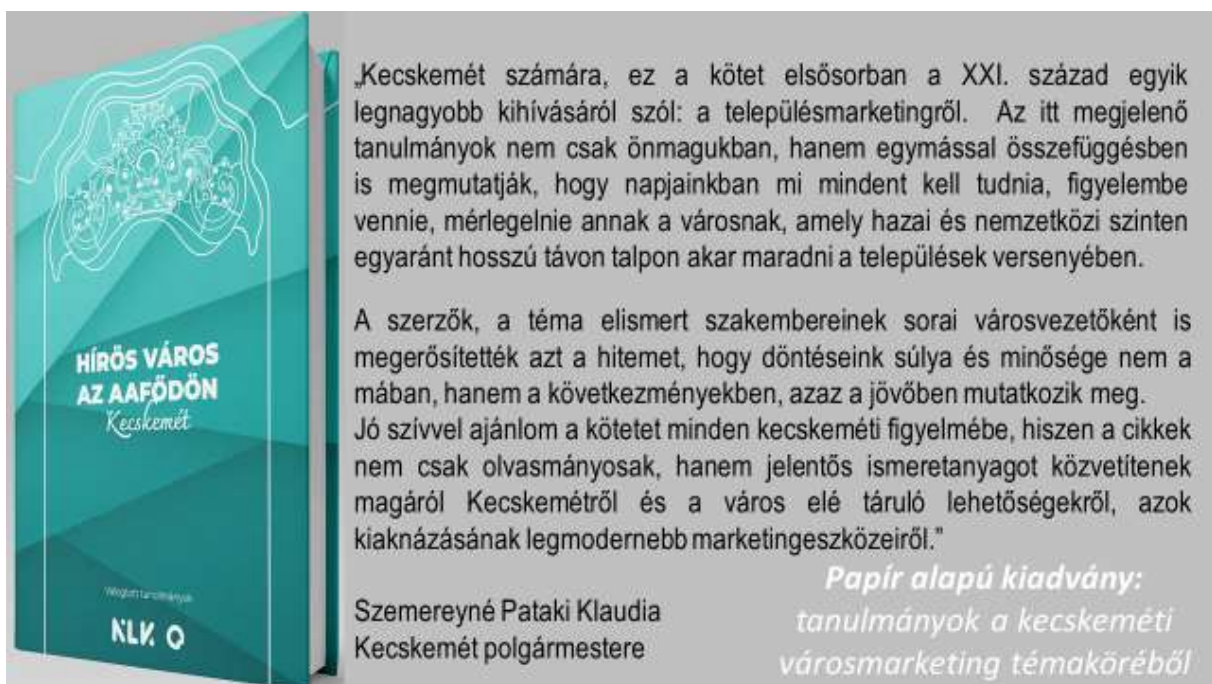
Engedjék meg, hogy bemutatkozzam: Tózsza István vagyok Miskolcra. A híres sárospataki gimnáziumból kerültem Szegedre, ahol geográfia – angol nyelv és irodalom tanári szakot végeztem, majd Budapesten 20 éven át az MTA Földrajztudományi Kutató Intézetében műholdfelvételek digitális feldolgozásával és a környezetelemző, földrajzi térinformatikai rendszerek (GIS) első magyarországi fejlesztésével foglalkoztam. Ezután szintén 20 évet töltöttem a Nemzeti Közszolgálati Egyetemen, illetve annak államigazgatási jogelőd karain tanszék- és intézetvezetőként. A Budapesti Corvinus Egyetemen a Közigazgatási Urbanisztika és a Gazdaságföldrajz tanszékeket egyidejűleg vezettem, továbbá a Környezettudományi Intézetet. Közigazgatási urbanisztikát, településtant, elektronikus közigazgatási tartalomfejlesztést, gazdaságföldrajzot, településmarketinget és magyar nemzeti örökségtervezést oktattam. 2021-ben, az újjá szerveződő kecskeméti Neumann János Egyetemtől lehetőséget kaptam egy olyan egyedülálló földrajzi műhely kialakítására és felépítésére, amelynek fókuszában a 21. századi új, sokpólusú, fenntartható, hálózatos térgazdaságot kutató módszerek alkalmazásfejlesztése és a településmarketing áll.

A településmarketing (beleértve a régió- és az országmarketing fogalmát) olyan viszonylag új, 1996-ban *Gregory Ashworth* által inicializált szakterület, amely mind a mai napig nem igazán épült be sem a marketinggel, sem a településsel, sem a regionális fejlesztéssel kapcsolatos felsőoktatási szakok képzéseibe. Előfordulása – tantárgy szintjén – esetleges (pl. a Miskolci Egyetem Marketing Intézetében, vagy a Nemzeti Közszolgálati Egyetem Vezető Továbbképző Intézetében). Azzal, hogy Kecskemét „hírös” városában, a Neumann János Egyetemen kialakulhatott egy ilyen központot (tudományos és oktató műhely), erősíti *komparatív előnyét*, illetve egyediségét az ország összes többi társadalom-, ill. gazdaságtudományi kutató szervezetei között. A **Településmarketing** megnevezésű **Központnak** a gyakorlati jelentőségét nem csak a hallgatók látókörének szélesítése jelentené, hanem az a tény is, hogy a jelenlegi önkormányzati törvény bevezetése óta az önkormányzatok legfőbb feladatává a *helyi tőkevonás* elősegítése vált, melynek adekvát eszköze a településmarketing. A gyakorlatban azonban

azok az önkormányzatok, amelyek egyáltalán felfigyelnek a településmarketing szükségességére, sajnálatos módon szinte kivétel nélkül összetévesztik azt az – ágazati – *turizmus marketinggel*. A Neumann Egyetemen 2021-től – a legtöbb magyar kereskedelem és marketing szak oktatási portfólióját meghaladó módon – a településmarketing témája is megjelenik. A magyar felsőoktatásban egyedülálló módon biztosítjuk a magyarságra jellemző értékek menedzsmentjének oktatását, amely komparatív versenyelőnyt is jelenthet a településmarketing folyamatában. A Gazdálkodási és menedzsment szakon igen fontos, hogy a hallgatók a nyílt magyar gazdaság viszonyrendszerében – mind globálisan, regionálisan és lokálisan, külgazdasági és külpolitikai, stratégiai – alapismeretek birtokába is juthassanak: a földrajzos „geo” *tantárgyak* megjelenése által. A Központ által 2024-ben az országban és a régióban egyedülálló módon a gazdálkodás és menedzsment alapszakon „geográfus” specializáció is indul. A földrajzi hálózatok szerepe, a helymarketing, a magyar nemzeti értékek menedzsmentje és a gazdaságföldrajzi, geopolitikai vonal nem csak az oktatásban, hanem a kutatásban is megjelenik a Központ tevékenységében. Ezzel jól illeszkedik az NJE fő céljához, nevezetesen, hogy „nemzetközi szinten is versenyképes, széles bázison nyugvó képzési portfólióval, kutatási potenciállal és infrastruktúrával legyen képes bekapcsolódni az európai és a világ felsőoktatási térség vérkeringésébe.” A Neumann egyetemi szaklap, a **Gradus 2021/4.** különszámában a Központ munkatársai kizárólag a kecskeméti településmarketinggel kapcsolatos, 2021. évi kutatási eredményeikről számolnak be:

<https://gradus.kefo.hu/archive/2021-4/>

2023-ban Kecskemét településmarketingjéről a Központ egy önálló könyvben is megjelentette tanulmányait, amelynek kecskeméti bemutatójára 2023 novemberben kerül sor.



A **sokpólusú, hálózatos térgazdaság** kutatása és oktatása gazdaságföldrajzi *komparatív* előnyt igyekeznek kialakítani a fiatal Neumann János Egyetem számára. A nemzetközi szakirodalom a 21. század második évtizedében *Parrag Khanna* után „*konnektogeográfiának*”, vagy rövidebben „*konnektografiának*” nevezi azt az új gazdaságföldrajzi módszertant, amelyben nem csak a *Big Data* hálózatain áramló információ gazdasági hatását igyekeznek feltárni (*adatvezérelt gazdaság*), de a vizuális és a virtuális világot a kartográfiával ötvöző *asszociatív földrajzot* is alkalmazzák. Az egykori katonai szakkifejezésből kiindulva az egyébként határok nélkülinek aposztrofált kibertérben megjelenő *rádiuszföldrajz* is a kutatás és az oktatás előterébe kerül ebben az új Központban, akár csak a gazdasági innovációt alapozó *identitás- és talentumföldrajz*. A *Metaverzum* eszköztárából a virtuális valóság (*Virtual Reality*) földrajzi

alkalmazásától a kiterjesztett valóság (*Augmented Reality*) gazdasági térben való alkalmazásáig próbáljuk színesíteni a gazdaságföldrajz eszköztárát mind a kutatásban, mind az oktatásban.

<https://start.uni-neumann.hu/telemarket/youtube-videok/2023/jun14.php>

Komlódi Róbert: János Neumann University Educational VR application presentation

A Központnak 2022-től önálló, elektronikus publikációs felülete a **Magyar Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Műhely (MGTM)** kiadványsorozat, melynek első tanulmánykötete a Központ munkatársainak a 2021. évi kutatómunkájának legfontosabb eredményeit foglalja össze:

<https://start.uni-neumann.hu/telemarket/kiadvanyok/2022-1/>

A 2022. év kutatásainak összefoglaló kötete:

<https://start.uni-neumann.hu/telemarket/kiadvanyok/2022-4/>

Küldetésünk szerint a Központ az Egyetem komparatív versenyelőnyének növeléséhez kíván hozzájárulni, mind az oktatási, mind a kutatási portfólió bővítésében és színesítésében, olyan területeken, amelyek a hazai felsőoktatásban sem a műszaki, sem az agrár, sem a gazdaságtudományi képzésben – hangsúlyosan – sehol nem jelennek meg. Ezek létjogosultsága ugyanakkor megkérdőjelezhetetlen: a helymarketing a marketing és a területfejlesztés, vidékfejlesztés területén; a nemzeti értékmenedzsment az agrár- és kereskedelem, a nemzetközi gazdálkodás és a vidékfejlesztés területén; végül a gazdaságföldrajz – szinte az összes alap- és mesterszak összefüggésében hasznos járulékos ismereteket közvetíthet bárkinek, aki későbbi munkája során kapcsolatba kerül a külgazdasággal, a nemzeti értékekkel, vagy az önkormányzatokkal. A Központ az érintett három terület legjobb magyarországi szakembereit hívja meg a kutatási-oktatási célból, ezzel hozzájárulva az Egyetem tudományos presztízsének növeléséhez:



A Központ munkatársainak kutatási portfóliója:

https://start.uni-neumann.hu/telemarket/bemutakozas/NJE_MNB_GFTM_Kutatasi_portfolio.pdf

A Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ kutatási **profiljai** a gazdasági-társadalmi folyamatok térbeliségének 21. századi irányzatait jelentik



A Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ **oktatási és kutatási portfóliója**:

(1) Biztosítja olyan szakok megjelenését, amelyek jelenleg még hiányoznak a magyar és a régiós felsőoktatási palettáról:

- Regionális és környezeti gazdaságtan **mesterszak**, *településmarketing* specializáció; *hálózatgazdaság* specializáció magyar és angol nyelven (2023-től).
- *Városmarketing* szakközgazdász **szakirányú továbbképzési** szak (2024-től).
- *Hungarikum* akadémia, **felnőttképzés** (2024-től).
- Gazdálkodás és menedzsment **alapszak**, *geográfus* specializáció (2024-től).

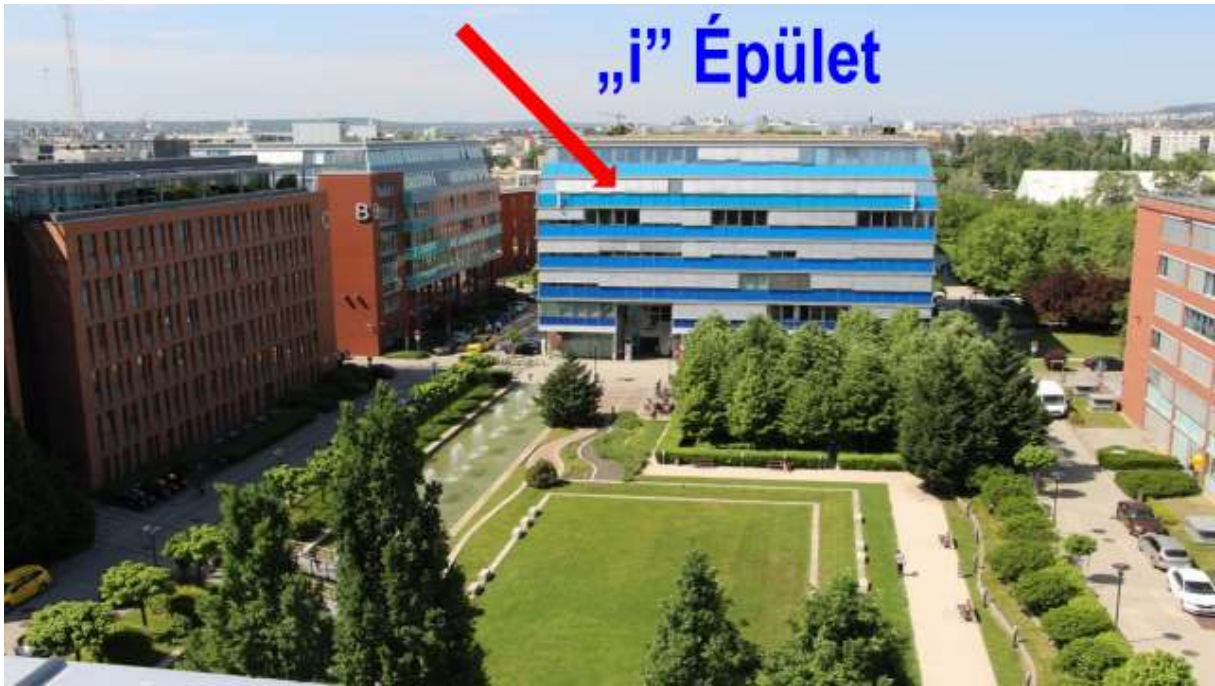
(2) Lehetővé teszi a közgazdász felsőoktatásban – a világon egyedülálló módon – a Virtuális valóság immerzív technológiát bevonni 2023-től.

(3) Tartalmazza egy településmarketing stratégia operációs program kidolgozását.

(4) Teret ad a fenntarthatósággal, annak pénzügyi vetületével, a globális gazdasági összekapcsolódással – a konnektográfival –, a körkörös gazdasággal, a közösségi gazdasággal, az identitásmenedzsmenttel, a helymarketinggel kapcsolatos újszerű kutatásoknak.

A Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ **telephelye** Budapesten az NJE MNB Tudásközpont szervezeti keretében 2022-től az Infó park sétány 1. Az „I” épületben található.







A kutatási eredmények összefoglalói:

A Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ 2021. évi kutatásai

ISBN: 978-615-5817-98-4
 NEUMANN JÁNOS EGYETEM
 MNB Tudásközpont - Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ
 Kecskemét, 2022

QR kódos kártya és e-book kiadvány

Neumann János Egyetem
 MNB Tudásközpont
 Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ

Tózsza István
A Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ 2021. évi kutatásai

Magyar Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Műhely
 Kiadványsorozat 1.
 2022.



A Catherine Feuerverger által szerkesztett kötet 16 tanulmányt, kutatási eredményt tartalmaz a körkörös gazdaság, a helyi élelmiszer-termékek, a fenntarthatóság, a településmarketing, a helymarketing stratégia, a városmárkák, a scaleup-ok, az okosvárosirányítás, a közösségi gazdaság, a „buborékgazdaság”, az értéktéltetés, a nemzeti öntudat, Kecskemét versenyképessége, a Neumann Egyetem innovációs képessége és a geostratégia témaköréből.

ISBN: 978-615-6435-20-0
NEUMANN JÁNOS EGYETEM
 MNB Tudásközpont - Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ
 Kecskemét, 2023

QR kódos kártya és e-book kiadvány

Neumann János Egyetem
 MNB Tudásközpont
 Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ

Catherine R. Feuerverger
A Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ 2022. évi kutatásai



Magyar Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Műhely kiadványsorozat 4. 2022.




A Schuchmann Júlia által szerkesztett kötet 8 tanulmányt és kutatási eredményt tartalmaz az adatvezérelt politikákról és a rádiuszföldrajzról, a Big Data képzés új dimenzióiról, a közösségi gazdaság platformjairól, a technológia-vezérelt városrészekről, a településarculati kézikönyvekről és Kecskemét vonzáskörzetének demográfiai helyzetéről különös tekintettel a Mercedes gyárra.

ISBN: 978-615-6435-21-7
NEUMANN JÁNOS EGYETEM
 MNB Tudásközpont - Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ
 Kecskemét, 2023

QR kódos kártya és e-book kiadvány

Neumann János Egyetem
 MNB Tudásközpont
 Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ

Schuchmann Júlia
Település – adat – tervezés Társadalmi és gazdasági kihívások a Big Data korában



Magyar Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Műhely Kiadványsorozat 5. 2022



Vagyoni szemléletű fenntarthatóság
Elmélet és gyakorlat

A Kovács Antal Ferenc által szerkesztett kötet 5 tanulmányt és kutatási eredményt tartalmaz a növekedés vagyoni fenntarthatóságáról, az MNB klímakockázat mérési módszertanáról, az ökoszisztéma-szolgáltatások értékeléséről, a fenntartható táplálkozásról és a Dasgputa jelentés értékeléséről.

ISBN: 978-615-6435-34-7
NEUMANN JÁNOS EGYETEM
MNB Tudásközpont - Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ
Kecskemét, 2023

QR kódos kártya és e-book kiadvány

Neumann János Egyetem
MNB Tudásközpont
Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ

Kovács Antal Ferenc

Vagyoni szemléletű fenntarthatóság
Elmélet és gyakorlat

Magyar Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Műhely
Kiadványsorozat 8.
2023



Identitásmenedzsment

A Müller Andor által szerkesztett kötet 11 tanulmányának és kutatási eredményének a témái: geopolitika, az identitás logikai táblája, a nemzeti öntudat és gazdasági prosperitás kapcsolata, a helyi termékek és a helyi identitás, a magyar filmek, a fiatalok magyarságtudata, a hungarikumok, a diaszpórák és a határon túli magyarság identitása, az utcanévtáblák identitásformáló ereje és az Athéné identitás.

ISBN: 978-615-6435-22-4
NEUMANN JÁNOS EGYETEM
MNB Tudásközpont - Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ
Kecskemét, 2023

QR kódos kártya és e-book kiadvány

Neumann János Egyetem
MNB Tudásközpont
Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ

Müller Andor

Identitásmenedzsment

Magyar Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Műhely
Kiadványsorozat 6.
2022



Urbánus jövőnk a technológia tükrében

A Farkas Sára által szerkesztett kötet 6 tanulmányt és kutatási eredményt tartalmaz az okosváros-építés módszertanáról, geopolitikájáról, a tokengazdasággal való kapcsolatokról, a technológiai településfejlesztésről és egy beszámolót a katowicei World Urban Fórumról.

ISBN: 978-615-6435-19-4
 NEUMANN JÁNOS EGYETEM
 MNB Tudásközpont - Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ
 Kecskemét, 2023

QR kódos kártya és e-book kiadvány

Neumann János Egyetem
 MNB Tudásközpont
 Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ

Farkas Sára

Urbánus jövőnk a technológia tükrében

Magyar Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Műhely
 Kiadványsorozat 3.
 2022



Városmarketingtől a városarculatig
 Válogatott tanulmányok a helymarketing területéről

A Jenes Barbara által szerkesztett kötet 7 tanulmányt és kutatási eredményt tartalmaz az alábbi témákban: helyértékesítés, promóció és márkázás, a 6P településmarketing modell, a városarculat és a városmárka, a településarculati közikönyvek marketing szerepe, Lébény, Föt és Szikszó márkáépítése.

ISBN: 978-615-6435-24-8
 NEUMANN JÁNOS EGYETEM
 MNB Tudásközpont - Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ
 Kecskemét, 2023

QR kódos kártya és e-book kiadvány

Neumann János Egyetem
 MNB Tudásközpont
 Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ

Jenes Barbara

Városmarketingtől a városarculatig
 válogatott tanulmányok a helymarketing területeiről

Magyar Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Műhely
 Kiadványsorozat 7.
 2022



Forman Balázs (1969) közgazdász-geográfus, a Neumann János Egyetem MNB Gazdaságföldrajz és Településmarketing Tudásközpont docense.

A szerző ismerteti a kötet jelentőségét: Globalizáció és modernizáció a változó világunk fontos szavai. Egy pillanatfelvételt látunk a glóbuszunk térképén. Minden ország részese ennek a globális versenyfutásnak. Részt venni muszáj, kimaradni nem lehet belőle. Vannak, akik hosszú évszázadok óta aktív szereplői és irányítói a globális folyamatoknak és vannak, akik saját jogon csak néhány évtizede kapcsolódtak be. Abban, hogy most ki hol tart, van szerepe a múltnak, a kultúrának, a természeti adottságoknak, a világpolitikai és világgazdasági körülményeknek, a szerencsének, az ott élők és vezetőik döntéseinek, a jövőre vonatkozó stratégiáiknak vagy épp ezek hiányának. A szerző rendhagyó világkörüli útra invitálja a kedves olvasót.

I. – II. kötet



QR kódos kártya kiadvány

A Piskóti István által írt kézikönyv olyan gyakorlati, felhasználói ismereteket tartalmaz, melynek birtokában a különböző települések (falvak, kis-, közép és nagyvárosok), valamint a térségek (járások, vármegyék) vezetői, önkormányzatai, szakmai szervezetei felkészülhetnek a marketingstratégia készítésére és megvalósítására.



A könyv a lakóhely, a turisztikai és a telephely, befektetési vonzerő fejlesztési és kommunikációs programok módszertani megoldási mintáit is bemutatja, a különböző célcsoportok elvárásai, elégedettsége és az adott helyek képességeinek mérése, kutatása, valamint a pozícionálásuk, az identitás, a márka- és az imázsépítés témáin keresztül. A Kézikönyv a településmarketing stratégia - mint az adott terület tervezési, fejlesztési és menedzselési folyamatainak integráló eszköze - szemlélet és gyakorlat országos elterjesztésére szóló kutatási, képzési, tanácsadási, szolgáltatási program kialakításának alapja.