

SPOLUPRÁCE S APLIKAČNÍ SFÉROU



IVA BUREŠOVÁ, PSYCHOLOGICKÝ ÚSTAV FF MU

ZÁKLADNÍ SCHÉMA SPOLUPRÁCE



VŠ
VÝZKUMNÉ
INSTITUTE



SPOLUPRÁCE



APLIKAČNÍ
SFÉRA

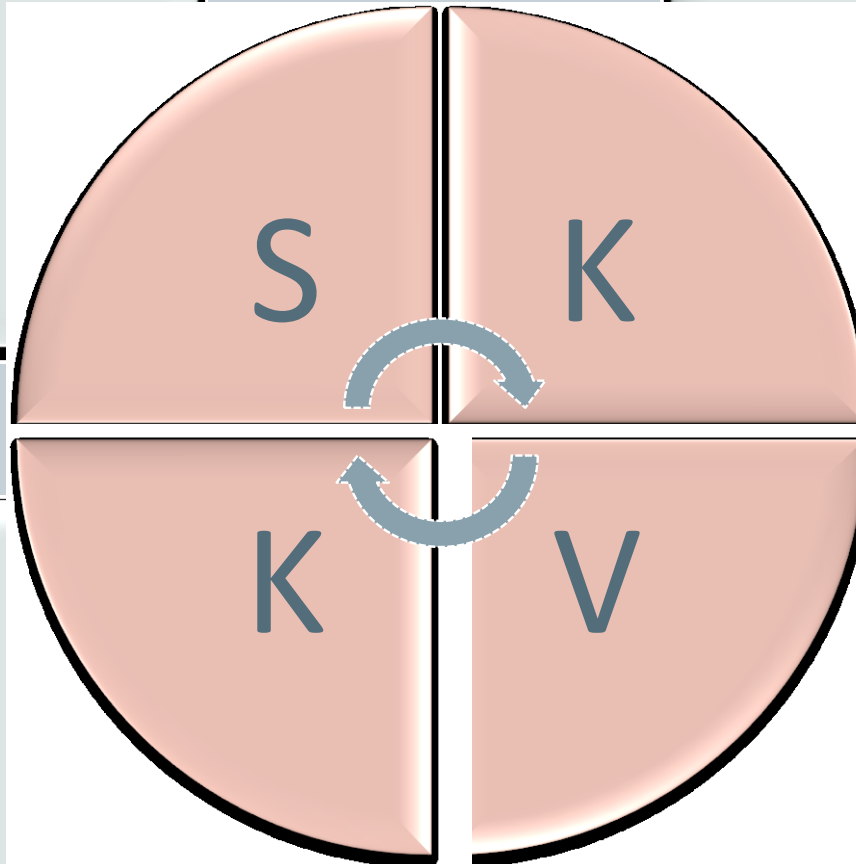


KATEGORIZACE SPOLUPRÁCE – KONCEPT A



- **SPOLUPRÁCE VE VÝZKUMU A VÝVOJI**
- (ZAKÁZKY, SPOLEČNÉ PROJEKTY, SPOLEČNÉ LABORATOŘE AJ.)

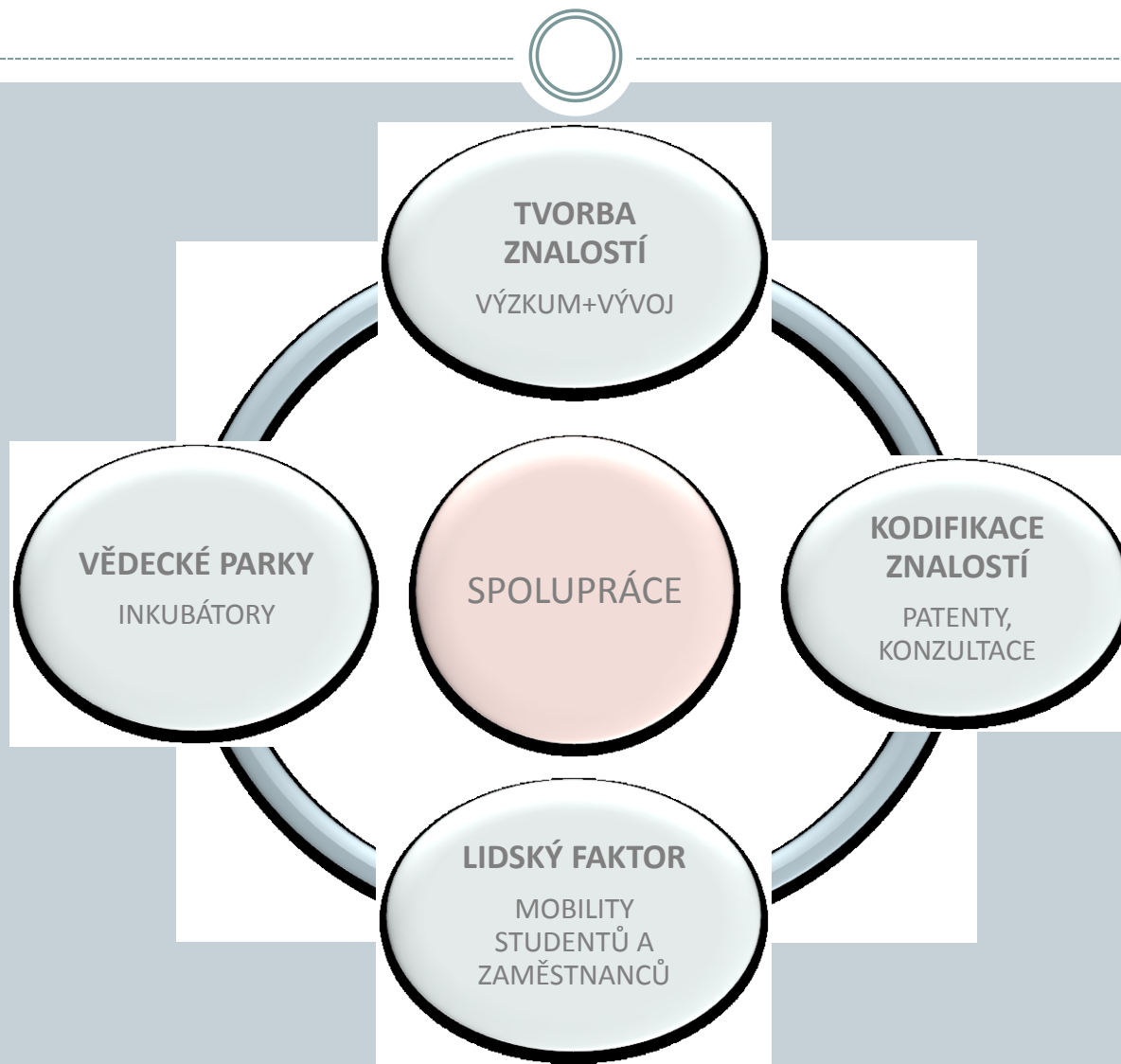
- **KONZULTAČNÍ SLUŽBY**
- (EXPERTÍZA V ODBORNÝCH ZÁLEŽITOSTECH)



- **KOMERCIALIZACE VE VÝZKUMU A VÝVOJI**
- (LICENCE AJ.)

- **VZDĚLÁVÁNÍ STUDENTŮ**
- **ŠKOLENÍ ZAMĚSTNANCŮ**

KATEGORIZACE SPOLUPRÁCE – KONCEPT B



PŘÍNOS SPOLUPRÁCE PRO VYSOKÉ ŠKOLY A VĚDECKÉ INSTITUCE



DODATEČNÉ PROSTŘEDKY NA VÝZKUM A VÝVOJ

MOŽNOST PODÍLET SE O VÍCE VEŘEJNÝCH
ZDROJŮ

PŘÍSTUP K NOVÉMU VYBAVENÍ



INFORMACE O NEJNOVĚJŠÍM STAVU V
„REÁLNÉM“ SVĚTĚ

ZVÝŠENÍ UPLATNITELNOSTI ABSOLVENTŮ

DODATEČNÝ PŘÍJEM Z KONZULTAČNÍ ČINNOSTI



ZVÝŠENÍ PRESTIŽE VŠ JAKO JEDNOHO Z
FAKTORŮ ROZVOJE EKONOMIKY

...

...

PŘÍNOS PRO APLIKAČNÍ SFÉRU



PŘÍSTUP K ABSOLVENTŮM

- ...



PŘÍSTUP K EXPERTNÍM ZNALOSTEM A NOVÝM MYŠLENKÁM

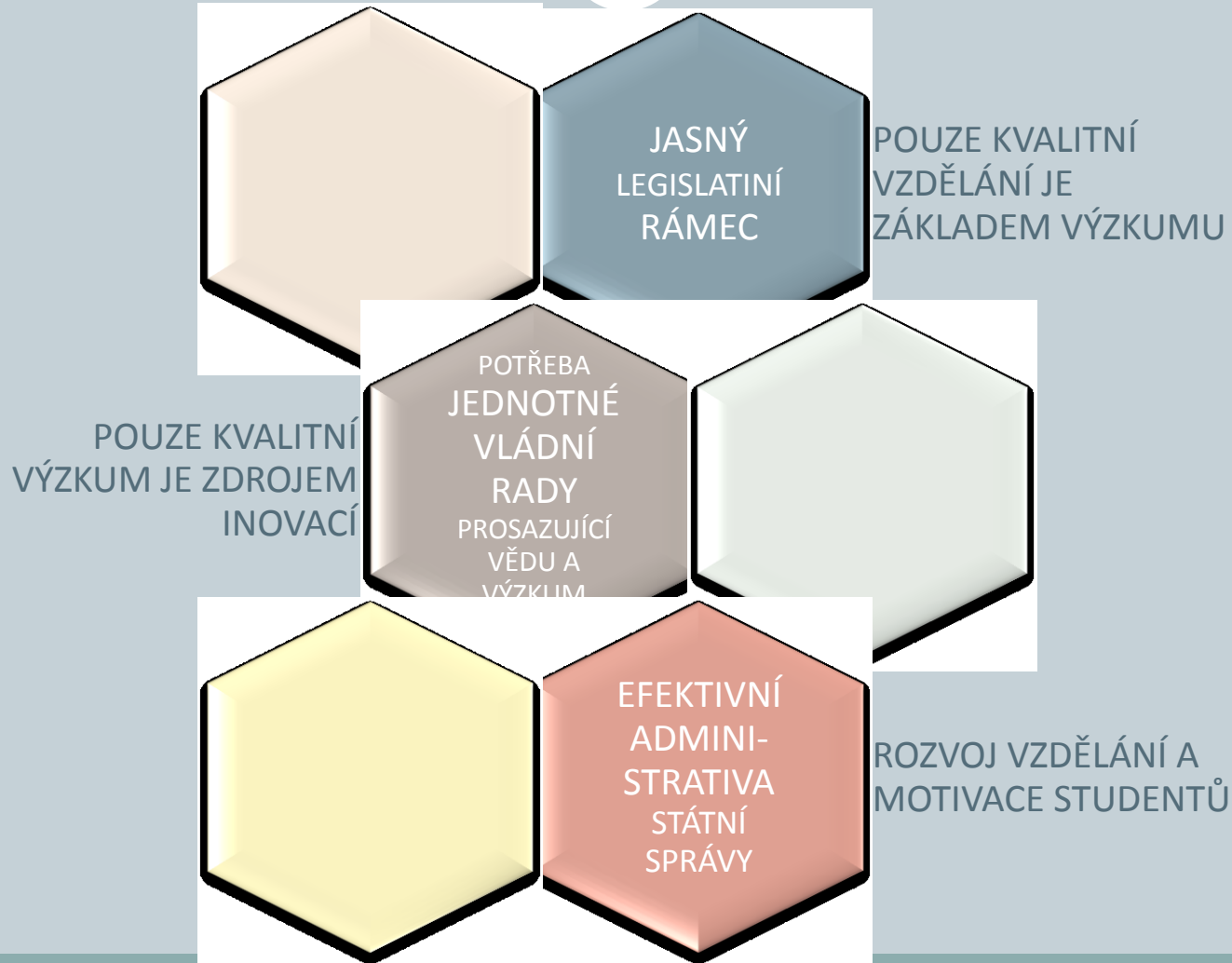
- ...



ZVÝŠENÍ PRESTIŽE

- ...

PODMÍNKY VZNIKU ÚSPĚŠNÉ SPOLUPRÁCE



VYBRANÉ PŘEKÁŽKY SPOLUPRÁCE



HODNOTOVÝ KONFLIKT

OMEZENÝ PŘENOS INFORMACÍ

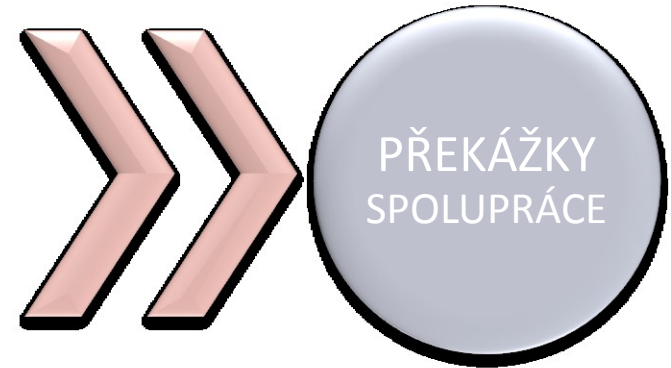
DUŠEVNÍ VLASTNICTVÍ

GEOGRAFICKÁ VZDÁLENOST

NEDOSTATEČNÁ FLEXIBILITA VŠ

NEPOCHOPENÍ ZPŮSOBU FUNGOVÁNÍ VŠ ZE
STRANY APLIKAČNÍ SFÉRY

JINÁ ČASOVÁ MĚŘÍTKA



MODELY TRANSFERU VĚDOMOSTÍ



SERVISNÍ MODEL

NAPLŇUJE POTŘEBY UNIVERZITY



ZISKOVÝ MODEL

CÍLEM JE MAXIMALIZACE
ZISKU



ROZVOJOVÝ MODEL

CÍLEM JE EKONOMICKÝ ROZVOJ
REGIONU

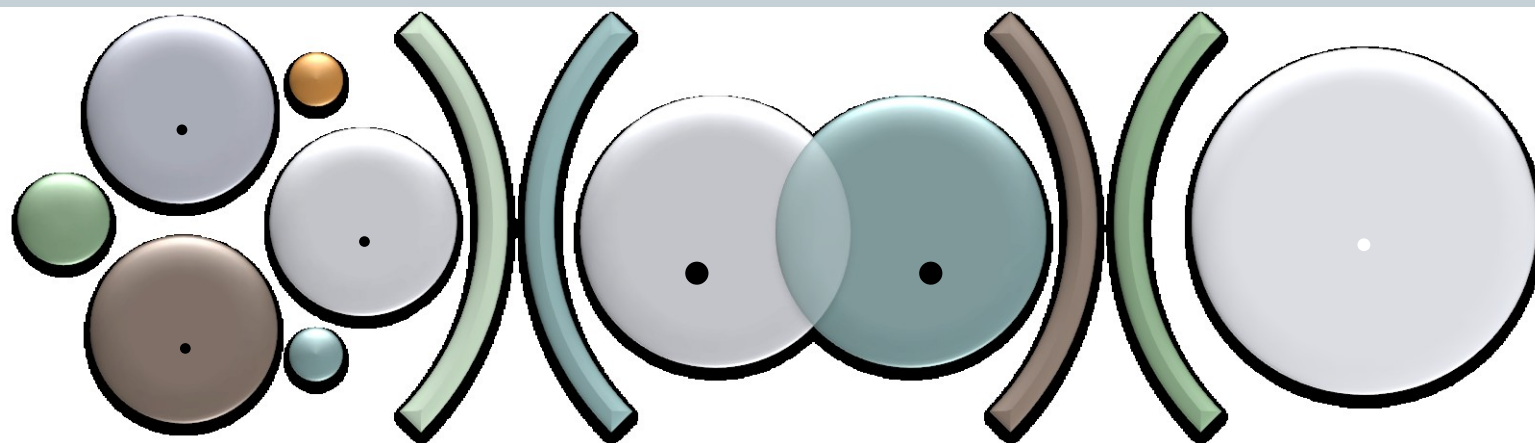


ROLE STÁTU VE SPOLUPRÁCI



- ZÁSADNÍ ROLI V POSÍLENÍ SPOLUPRÁCE MEZI VŠ A VÝZKUMNÝMI INSTITUCEMI HRAJE STÁT
- „Higher education should serve the economy more effectively and to have closer links with industry and commerce, and to promote enterprise.“ GB, 1987

SOUČASNÝ KONTEXT



EU

STRUKTURÁLNÍ FONDY

STÁT

UDRŽITELNÁ KONKURENCESCHOPNOST ČESKÉ VĚDY???



- 80 % INOVACÍ VZNIKÁ V DODAVATELSKÝCH ŘETĚZCÍCH
- 20 % INOVACÍ MÁ SOUVISLOST S VŠ
- ÚZKÁ SPOLUPRÁCE S APLIKAČNÍ SFÉROU VYŽADUJE:
 - ZMĚNU MYŠLENÍ A
 - OSOBNÍ ZODPOVĚDNOST

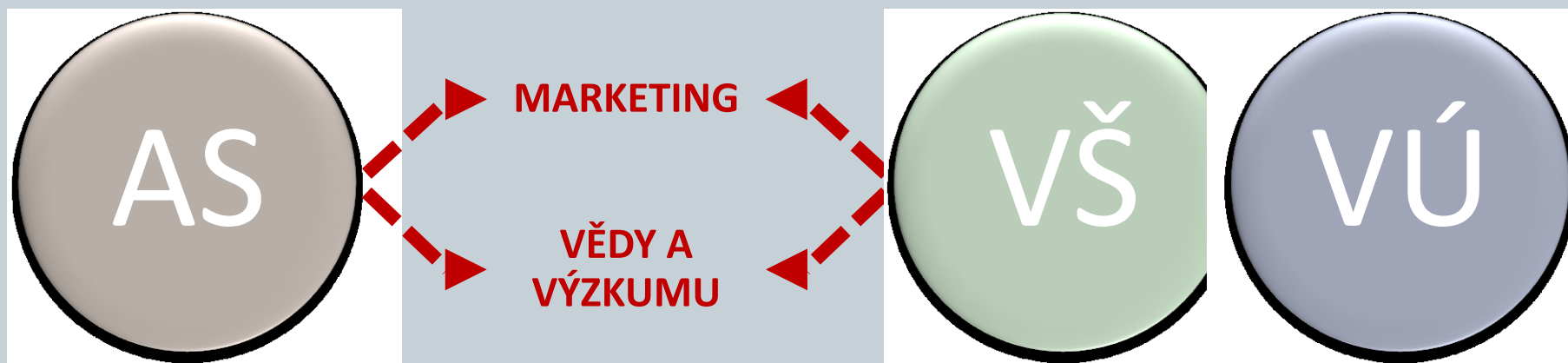


- STÍRÁ SE HRANICE MEZI ZÁKLADNÍM A APLIKOVANÝM VÝZKUMEM
- V MNOHA OBORECH JE VÝZKUM VYTLAČEN Z VŠ (CHEMIE, FARMACIE, ELEKTROTECHNIKA, BIOTECHNOLOGIE...)
- VE VYBRANÝCH OBLASTECH JE PRŮMYSL NAPŘED JAK V APLIKOVANÉM, TAK V ZÁKLADNÍM VÝZKUMU



- PRŮMYSL JE HLAVNÍM MOTOREM INOVACÍ – UNIVERZITY HRAJÍ OKRAJOVOU ROLI
- ZÁKLADNÍM POSLÁNÍM VŠ JE PRÁCE S TALENTY
- VELMI MÁLO VÝSLEDKŮ AKADEMICKÉHO VÝZKUMU KONČÍ ÚSPĚŠNOU REALIZACÍ

NEJSLABŠÍ MÍSTO VŠ A VÝZKUMNÝCH ÚSTAVŮ?



ÚKOLY MARKETINGU VĚDY A VÝZKUMU:



1) POPULARIZOVAT VaV A JEJICH VÝSLEDKY

2) PŘEDSTAVIT OSOBNOSTI VaV

3) BUDO VAT IMAGE VaV



- KTERÉ OSOBNOSTI ČESKÉ VaV ZNÁTE?
- KTERÉ OBJEVY ČESKÉ VaV ZNÁTE?
- ZNÁTE VÝSLEDKY VĚDECKÉ ČINNOSTI VAŠEHO ÚSTAVU?
- CHCETE PRACOVAT VE VĚDĚ A VÝZKUMU? PROČ ANO, PROČ NE?

REALITA ?



- MARKETING VaV V PODSTATĚ NEEXISTUJE
- VÝZKUMNÍCI JEJ POVAŽUJÍ ZA ZBYTEČNOU ČINNOST
- VÝSLEDKY TOHOTO STAVU JSOU CELOSPOLEČENSKY TRISTNÍ

MARKETING VaV - SCHÉMA

MARKETING VaV

1. POPULARIZACE PROCESU VaV
2. OSOBNOSTI VaV

3. VÝSLEDKY VaV
4. SPOLUPRÁCE S PRAXÍ



IMAGE VaV

ZDROJE

ZDROJE



LIDSKÉ * FINANČNÍ * VYBAVENÍ

TALENTI * VÝZKUMNÍCI

GRANTY * SOUKROMÉ FINANCE

ÚROVEŇ ČESKÉHO MARKETINGU VaV?



- NEEEXISTUJE TÉMĚŘ ŽÁDNÉ POVĚDOMÍ O TÉTO ČINOSTI A JEJÍ POTŘEBNOSTI
- DÍKY NEEEXISTENCI POPTÁVKY JSOU ŠPIČKOVÍ ODBORNÍCI V OBLASTI „NEVIDITELNÍ“
- EXTRÉMNĚ NÍZKÁ PRESTIŽ VaV
- NEEEXISTUJE ZNALOST VAZBY: ÚSPĚŠNÝ MARKETING = DOSTATEK ZDROJŮ
- IZOLOVANOST ČESKÉ VaV

HROZBY PRO VaV PŘI NEZVLÁDNUTÉM MARKETINGU



- KRÁTKODOBÝ HORIZONT: spolupráce VŠ a AV s praxí
- STŘEDNĚDOBÝ HORIZONT: využití kapacit
- DLOUHODOBÝ HORIZONT: nedostatek motivovaných talentů
- MARKETING VaV V MEZINÁRODNÍM KONTEXTU: prosazení české VaV v rámci EU a globálním kontextu

LIŠÍ SE MARKETING VaV OD KLASICKÉHO MARKETINGU?



- PRINCIPY JSOU ZCELA IDENTICKÉ
- ODLIŠNÁ JE NEZBYTNOST POROZUMĚT PROCESŮM A VÝSLEDKŮM VaV A DOKÁZAT JE „PŘELOŽIT“ DO ŘEČI LAIKŮ

MOŽNOSTI REALIZACE MARKETINGU VaV:



1) INTERNĚ:

- OSOBNOSTI VaV OCHOTNÉ KOMUNIKOVAT S MÉDII
- FINANČNÍ ZDROJE

2) EXTERNĚ:

- EXPERTI SE ZKUŠENOSTÍ S MARKETINGEM VaV

VYBRANÉ AKTIVITY PODPORUJÍCÍ SPOLUPRÁCI



- PROGRAMY EU
- STRUKTURÁLNÍ FONDY OPVK
- INDIVIDUÁLNÍ NÁRODNÍ PROJEKTY
- TAČR

- WWW.SPOLUPRACEROKU.CZ
- WEB MINISTERSTVA ŠKOLSTVÍ – STAV VÝZKUMU A VÝVOJE V ČR

KDO ?

KDYŽ NE VY...

KDY?

KDYŽ NE TEĎ...

