

projektet vezet külföldön, és akkor is, ha saját országában egy leányvállalatnál, vagy egyes vállalatnál zömében külföldiekből álló vezetési tagjaként dolgozik.” (172. old.)

„... meg kell birkóznia a kulturális és társadalmi különbségekből eredő valamennyi problémával: a neveltetésbeli különbségek következményeivel, a technika fejlettségének eltéréseivel, a politikai erők és a kormány eltérő szerepével és hatásaival, az érdekvédelem másságával, a menedzsment számos részletében eltérő gyakorlatával.” (174. old.)

Az alkalmi interkulturális kihívások közé tartoznak a – bárhol lefolytatott – külföldiek közötti üzleti tárgyalások, amelyek kultúrafüggő sikertényezőit, illetve buktatóit a szerző részletes vizsgálat tárgyává teszi.

A 7. fejezet – részben az 5. fejezetben foglaltak párdarabjaként – áttekintő leírást nyújt bizonyos jellegzetes üzleti kultúrákban kialakult menedzsment viselkedési-kommunikációs jellegzetességekről. Afféle „hogyan tárgyaljunk ...-kal?” jellegű gyakorlatias útmutatóról van

itt szó. Az utolsó fejezet célja pedig bevallottan is az, hogy – mintegy összegzésül – „a gyakorlatban hasznosítható útmutatást adjon a nemzetközi üzleti színterekre (ki)lépő menedzsereknek.”

A könyv szerzője számos ábrával és helyénvaló példával teszi plasztikussá mondanivalóját, így is segítve az olvasót az olykor talán kissé száraznak ható mondanivaló világos megértésében. A könyvet célszerű tárgymutató és bőséges irodalomjegyzék zárja.

■ FOJTIK JÁNOS

## Törőcsik Mária: Személyiségmarketing

– JPTÉ Továbbképző Központ, Pécs, 1997 –

A marketingoktatásban és -szakmában újdonságnak, illetve ritkaságnak minősülő munkaeszközt, egy elméleti alapozó és munkakazettát ajánlok figyelmükbe. Dr. Törőcsik Mária a JPTÉ KTK Marketing Tanácskének docense által készített két részes videokazetta a személyiségmarketing alapjait tárgyalja, és a sikeres önmenedzselés támogatását célzó eszközök tárházát mutatja be.

Az első, a probléma elméleti megalapozásának szentelt kazetta a marketingtevékenység jelenleg erősen speciálisnak számító alkalmazási területét, a személyi piacképességének kritériumait járja körbe, előadás formájában.

Elsőként a személyiséget mint speciális terméket, a piacképesség javítását szolgáló eszközöket, a döntés-előkészítő lépéseket, illetve módszereket ismerhetjük meg. A főbb stratégiai döntési területek a személyiségmarketing esetében is beazonosíthatók, úgy mint az iparág, célpiacok, földrajzi elhelyezkedés, stratégiai szövetségek stb.

A személyiség piacképességének fejlesztése ugyanúgy igényli a marketingmix hosszú és rövid távú eszközeinek használatát és folyamatos

fejlesztését, mint bármely terméké. Az előadó részletesen bemutatja a 4 P alkalmazási lehetőségeit, külön hangsúlyozza a minőség sajátos és jelen esetben különösen szubjektív értelmezését, a logisztika és a piacképfolyásoló eszközök specialitását.

A második kazetta módszer- és munkakazetta, melyben útmutatót kapunk az előzőekben elhangzott kérdéskörök kérdéseinek pontos megfogalmazásához, azok megválaszolásához. Az elemzési módszerek (SWOT-analízis, pókháló-elemzés stb.) pontos leírásával, a lehetőségek és korlátok feltárásával mint egy kézikönyv segíti a nézőt saját adottságainak és lehetőségeinek felismerésében. Egyszerűen segít tükkörbe nézni, valamint felhívja a figyelmet, hogy nemcsak egy tükkör létezik, mellyel érdemes szembeállni, és a látottakat összegezni, összevetni saját elképzeléseinkkel.

Amennyiben türelemmel dolgozunk, megfogalmazhatjuk a választ a legelső és egyben legfontosabb kérdésre: miért éppen engem válasszanak az adott célpiacon. Természetesen nem egy-két órás munkáról van szó. Többször érdemes megnézni a kazettákat, és bizonyos

időközönként ellenőrizni saját céljainkat, figyelemmel kísérni saját magunk és környezetünk változásait.

A személyiségmarketing elsődleges alkalmazási területe természetesen a munkaerőpiac, azonban a felsorakoztatott kérdéskörök a magánszféra, a magánélet szituációiban is felmerülnek, és megválaszolásra várnak.

A leghatékonyabb segítséget a döntési (álláskereső, munkahelyváltás, új pozíció betöltése) helyzetben állóknak nyújtják az itt elhangzottak. De bárki, akit az önismeret témaköre foglalkoztat, élvezettel nézheti a kazettákat, hiszen az eddigi ismereteit rendszerezheti és összegezheti a kitűnő vonalvezetésnek köszönhetően.

Ajánlásomat nem az ilyenkor szokásos mondattal fejezem be, miszerint most dőljön hátra kényelmesen karosszékekben, mert pihenés következik. Ehelyett jó, eredményes és kitartó munkát kívánok mindenkinek, aki szereti, ha tükkört tartanak elé, és azoknak is, akik nem, hiszen itt az alkalom, hogy „négy szemközt”, mégis önállóan dolgozzák ki önmaguk menedzselésének lépéseit.

■ BÁNYAI EDIT