

Könyvismertetés

Papp-Váry Árpád (2019): Országmárkázás, Akadémiai Kiadó, Budapest



a kihívások egyre több hallgatói munkát eredményeznek a mindennapi felsőoktatásban is. Mindezeknek nyújt nélkülözhetetlen segítséget Papp-Váry Árpád „Országmárkázás – Versenyképes identitás és imázs teremtése” című legújabb könyve, amely az Akadémiai Kiadó gondozásában jelent meg, a Marketing Szak-könyvtár részeként.

A mű legnagyobb értéke abban van, hogy magyar nyelven kétségtelenül hiánypótló írás az országmárkázás területén; tanulmányok, cikkek és dolgozatok sora foglalkozik országmárkázással, ilyen átfogó, de erre a területi egységre fókuszált munkából mindezidáig egyik sem tudott táplálkozni, nem beszélve az aktualitás fontosságáról ebben a témában (is). A Szerző, stílusához híven, rendkívül olvasható, lendületes, és a globalizáció korában megfelelően nemzetközi jellegű írást ad az Olvasó kezébe, több mint 20 oldalas hivatkozáslistája mély elméleti alapokat nyújt, megjelenítve a releváns hazai és nemzetközi szerzőket, a számtalan aktuális, a mindennapjainkból is ismert példa pedig a megértést segíti és a gyakorlati alkalmazás lehetőségét vetíti előre.

A nagyjából 200 oldalas könyv tisztázza a márka és a márkázás alapjait, majd rámutat az országmárkázás megközelítéseire és aktualitására, céljaira és sajátosságaira. Két külön fejezetben hívja fel a figyelmet az országmárkázás és országmárka külön és belső aspektusaira, bemutatja azt az interdiszciplináris jellegét, amely igazán komplex-szé teszi a területet, egyúttal kihívások elé állítja a vele foglalkozókat. Összegyűjti és ismerteti az országmárka értékének megközelítéseit és rangsorait, ezzel közelebb jutva a praktikus alkalmazási területekhez. A gyakorlati implikációt segítő bemutatja az országmárkázás stratégiai háttérét, rendszerét és a stratégia megvalósítását, nem titkolva a korlátokat és a tevékenység mérhetetlen összetettségét, amellyel, hogy nyilván ezek a fejezetek emelik ki a leginkább a tudatos építkezés fontosságát. Hiszen az országmárkázás természetesen egyúttal jó országepítés is kell, hogy legyen, ehhez kapunk egyfajta útmutatót a könyv által. Amellett, hogy a Szerző egymásra építő, átlátható és összefüggésekre rámutató rendszerbe helyezi az elméleti modelleket és a kapcsolódó tudást, mindvégig gyakorlati példákkal illusztrálja mondandóját, számtalan aha-élményt okozva az Olvasónak és kitágítva mindannyiunk ilyen irányú gondolkodásmódját. Mindezeket egy best practice esettanulmánnyal is megerősíti, egy különálló fejezetet szentel Észország márkázásának, amely példát mutathat minden ország, köztük Magyarország számára is.

A szakkönyvet a téma egyik legnagyobb hazai szakértője írta. A Szerző a kétezres évek eleje óta foglalkozik az országmárkázással, a terület kiemelkedő szakembere, ahogy a marketing szakmáé is, széleskörű hazai és nemzetközi oktatói, kutatói, szakmai ismereteiről és tapasztalatairól tanúskodik ez a kétségtelenül óriási munka eredményeként született szakkönyv. Struktúrája és az ismeretanyagok felépítése, valamint a fiatalos, követhető és dinamikus jellege alkalmassá teszi az oktatásban való hasznosításra, de nagymértékben támaszkodhat rá minden országmárkával és országmárkázással foglalkozó kutató vagy épp szakdolgozó, disszertációját író, aki a könyv megjelenése előtt küzdött az országmárkázás-szakirodalom fragmentáltságával. Nem utolsó sorban, a példákkal tarkított, lényegre törő stílusú tudományos mű inspiráló lehet ezek mellett minden jelenlegi és potenciális gyakorlati szakember számára is, nem csak a marketing területén.

Nyugodt szívvel ajánlom Mindenkinek, aki szélesíteni ilyen irányú ismereteit, vagy csak elmélyülni az országmárkázás élményében.

*Gerdesics Viktória
Pécsi Tudományegyetem*