Új könyv az MMSZ-től

Cégvezetés és marketing az e-korban

A kötetet a Magyar Marketing Szövetség kezdeményezésére a T.bálint Kiadó jelentette meg. Szerkesztőjét, Dr. Bíró Pétert kérdeztük a kötetről.

Milyen ok indította a szövetséget a könyv kiadására?

2009-ben már megjelentetett a szövetség egy kötetet „Marketing nélkül nem megy" címen. Az akkori kötetet a kis- és középvállalkozóknak szánták, és elég gyorsan el is fogyott.

Tehát ez a kötet az előző folytatása?

Csak annyiban, hogy ez egy újabb kötet. Az a kötet annyira intakt volt, hogy egy „folytatás" nem adott volna kerek egészet. Ezt a kötetet inkább az első kötet testvérének tekintem, erre formai jegyek utalnak (méret, a címlap hasonló vizuális világa), de önálló olyan kiadványról van szó, amelyet az előző kötet ismerete nélkül is az olvasó – én szívesebben mondanék felhasználót – eredményesen forgathatja.

„Felhasználó"?

Minthogy a kkv-szektornak szántuk ezt a kötetet is, alapvető célunk, hogy a benne foglaltakat az olvasók alkalmazzák, felhasználják napi munkájukban. A szerzők vállaltan nem a tudomány továbbfejlesztését tűzték ki célul, hanem a magyar kkv-szektor támogatását, amelynek minősége a magyar gazdaság egyik meghatározó tényezője.

A kkv-szektor szívesen továbbképzi magát?

Visszautalnék az első kötet sikerére: minket is meglepett, hogy milyen gyorsan elkelt, pedig ez a kötet azért az elmélet alapjait kívánta közvetíteni – persze sok konkrét példán keresztül, de a szakma legelismertebb oktatóinak bevonásával.

Az ilyen könyv esetében a szerzőgárda sem lehet a megszokott!

Ezúttal olyan, a gyakorlatban is sikeres szerzőket kerestem, akik oktatási gyakorlattal is rendelkezve képesek a mindennapokban megszerzett tapasztalataikat tudássá rendezni. További elvárás volt, hogy közérthető stílusban írjanak, érdekesen, ami viszont nem mehet a tartalom minőségének rovására. Kértem, hogy sok gyakorlati példa segítse a megértést, sőt konkrét tanácsokat is megfogalmazhatnak a könnyebb adaptálás, felhasználás érdekében. Hadd tegyem hozzá: nagy öröm volt a beérkező anyagokat olvasni!

Miért került bele két tudományágból is ismeret?

A kötet összeállításánál az első kötettől továbblépve összegyűjtöttem a kis- és középvállalkozókat izgató kérdéseket, amelyekkel gyakorta találkozom a különböző konzultációk kapcsán, és érkeztek észrevételek, kívánságok az előző kötet olvasóitól is. Ezen túl sok valós problémát látunk a mindennapokban, amelyekre akkor is reagálni kell, ha nem is tesznek fel nyíltan kérdést.

Néhány példa?

Sokszor ki sem derül pl. a projektszemlélet – projektfilozófia értésének hiánya, a tanácsadás fontossága vagy a vállalati életciklus, amelyet inkább a vezetési ismeretekkel kapcsolatban tanítunk. Egy másik nagy fejezet volt a számítástechnikai alkalmazásokkal kapcsolatos problémákra válasz a beruházásoktól a fejlesztéseken át az üzleti alkalmazásokig. És megemlítem, mert nem csak érdekességként került be, az öltözködéssel kapcsolatos ismeretek, ahol a hiányosságok jól láthatóak. A marketinges fejezetekre most nem térek ki.

Kinek ajánlják a kötetet?

Meggyőződésem, hogy ez és az előző kötet kitűnően alkalmazható oktatás céljára is, elsősorban szakirányú továbbképzés szintjén. Az ott tanulók számára a kollégák szakkönyvei sokszor okoznak nehézséget, mert épp a magas tudományos szintjük meghaladja az elvárásaikat. Ez a kötet épp az e kurzusokat látogató kkv-szektorban dolgozóknak nyújt segítséget. Az oktatók révén hatékonyabb lehet az alkalmazás, a felhasználás. A cél, hogy a „felhasználókhoz" jussunk el, s ők alkalmazzák eredményesen.

A szerk.