



Bernschütz Mária – Deés Szilvia – Kenéz András (szerk.), 2013.

eset@marketing.edu

Marketing esettanulmányok – Kihívások és megoldások a magyar piacon

Akadémiai kiadó, Budapest

A felsőoktatásban az esettanulmányok alkalmazása közkedvelt oktatási módszer, hiszen az oktató az egyes eseteken keresztül nemcsak könnyebben tudja elmagyarázni az adott marketingproblémát, de a hallgatók számára is megfoghatóbbá, valóssá tudja tenni az elméletben tanultakat. Így a könyv célcsoportját egyrészt azon oktatók képviselik, akik szeretnék óráikat színesebbé, a hallgatók számára érthetőbbé tenni, másrészt pedig épp azok a hallgatók, akik a marketinggel való ismerkedés során életszerű szituációkban is szeretnék látni a tanultak gyakorlati megvalósítását.

A könyv szerkesztői és szerzői olyan neves szakemberek, akik nemcsak az oktatás és a tudományos élet világában ismertek, hanem a gyakorlati életben is megmutatták szaktudásukat, amit számos díj, elismerés is bizonyít. Szakértelmük visszatükröződik az egyes marketingproblémák magas színvonalú bemutatásán és kidolgozottságán is, és épp ez adja az összeállítás hitelességét is.

A könyv tizenhét esettanulmányt tartalmaz, amelyeket a szerkesztők öt téma mentén fűztek fel; a marketingstratégia és –tervezés témaköreit követően a marketingmenedzs-

ment jól ismert 4P-jét (termékpolitika, árpolitika, értékesítési politika, kommunikáció) tárgyalják az esettanulmányok. Az egyes esetek felépítése kétszintű: a téma komplexitása és a probléma-feldolgozás nehézsége alapján két részre különül el, így egy-egy esettanulmány akár alap-, akár mesterképzésen is oktatható. Minden eset egy általános problémafelvetésből indul ki, amelyben bemutatja a vállalatot vagy az adott márkát, illetve az adott szektort/iparágat. A szerzők sajátos stílusának köszönhetően az egyes esetek olvasásakor rövid idő alatt bele tudjuk képzelni magunkat a bemutatott szituációba, az adott környezetbe, majd az adott kihívás ismertetését követő, a tanulmányok végén helyet kapó kérdések további gondolkodásra készítetik az olvasót. Az esettanulmányok azonban itt nem érnek véget, azoknak, akik a marketing területén már rendelkeznek némi jártassággal, lehetőségük van egy-egy konkrét szakterületi sajátosságot közelebről megismerni, és az adott problémára megoldást találni. A könyv egyediségét, és egyben újszerű oktatástechnikai eszközét az adja, hogy a kiadó üzemeltet egy online felületet is, ahol a regisztráltak hozzáférhetnek a felhasználási segédletekhez, az esettanulmányok megoldásaihoz, illetve egy fórum segítségével az oktatók megoszthatják egymással a tapasztalataikat, feltölthetik megoldási javaslatukat.

A könyv valós vállalati marketing-problémákat mutat be, magyar vonatkozású, élethű szituációkkal. Az összegyűjtött

esettanulmányok egytől egyig aktuálisak, időszerűek és rendkívül érdekesek, nem maradtak ki közülük a zöld és online témák sem. A tanulmányok bemutatják a hazai és nemzetközi márkacépek nehézségeit, az online marketing alkalmazásának sajátos feladatait, a piacorientált szervezeti magatartás fejlesztésének kérdéseit, és átfogják a különböző sajátos piacokat, hiszen találhatunk példát az élelmiszeriparból, az építőiparból, a médiapiacról, nonprofit szervezetekről és a gyógyszeriparból is. Az esetek áttekintése során az olvasó csupa érdekes témával találkozhat; olvashat a gesztenye, a tökmagolaj, a tokaji aszú történeteiről, de inspirálók lehetnek a HVG, a MÁV-Start, a FIVOSZ, az Országos Mentőszolgálat kifejezetten magyar példái is. A falusi turizmus helyzetének bemutatása kapcsán megismerhetjük a nyugdíjas egyéni vállalkozó problémáit, de az optimális telephelyválasztás feladatát is körbejárhatjuk a nagy bevásárlóközpontok marketingdöntésein keresztül, illetve multinacionális világcégek marketingkihívásaiba is betekintést nyerhetünk.

A könyvet azoknak ajánljuk, akik szívesebben szeretnék az elméleti oktatást, és új értelmet szeretnének adni egy-egy marketingproblémának, illetve azoknak is, akik az érdekes történetek által szívesen megismernék, mit is jelent a marketing a való életben.

*Gerdesics Viktória – Szakó Tímea
Pécsi Tudományegyetem*