

Rekettye Gábor, Törőcsik Mária, Hetesi Erzsébet

Bevezetés a marketingbe

IMPRESSZUM

A jelen digitális kiadás alapjául a 2015-ben megjelent Bevezetés a marketingbe (Akadémiai Kiadó, Budapest) című mű szolgált

Sorozatszerkesztő
Veres Zoltán

Szerzők
Bányai Edit, Fojtik János, Hetesi Erzsébet, Nagy Ákos, Prónay Szabolcs, Rekettye Gábor,
Révész Balázs, Szűcs Krisztina, Törőcsik Mária

ISBN 978 963 05 9759 3

Kiadja az Akadémiai Kiadó,
az 1795-ben alapított
Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülésének tagja
1117 Budapest, Prielle Kornélia u. 21–35.
www.akademiaikiado.hu

Első magyar nyelvű digitális kiadás: 2016

© Dr. Rekettye Gábor, Dr. Törőcsik Mária, Dr. Hetesi Erzsébet, 2015
© Dr. Bányai Edit, Dr. Fojtik János, Dr. Nagy Ákos, Dr. Prónay Szabolcs, Dr. Révész Balázs,
Dr. Szűcs Krisztina, 2015
© Ilan Costica – borítógrafika, 2015
© Akadémiai Kiadó, 2016

A kiadásért felelős az Akadémiai Kiadó Zrt. igazgatója

Minden jog fenntartva, beleértve a sokszorosítás, a nyilvános előadás, a rádió- és televízióadás, valamint a fordítás jogát, az egyes fejezeteket illetően is.

ELŐSZÓ

Életünket átszövi a marketing, így értelemszerűen fogalmazódik meg ma az az elvárás, hogy az emberek ne csupán szemlélői, hanem valamilyen szintig értői is legyenek a folyamatoknak. Ehhez tudás szükséges, a tudás megszerzéséhez pedig olyan közvetítők, kurátorok kellenek, akik kiválogatják a legfontosabb ismereteket, segítik az eligazodást a mindennapi történések dzsungelében. Célunk ezzel a könyvvel éppen ez, az alapvető ismeretek, eddigi kutatási eredmények, új megoldások összegyűjtése a megértéshez.

Kurátorok azért lehetünk, mert szenvedélyesen kísérjük figyelemmel a marketing új és újabb eredményeit, a kreatív marketingesek olykor lenyűgöző teljesítményeit, a piaci döntéshozók meglepő húzásait, a marketingismeretek logikájának megnyilvánulásait. Tapasztalataink, kutatásaink adják azt a biztonságot, amellyel az olvasókat ebben az ismeretanyagban kalauzolni tudjuk.

A piacok, a piaci szereplők állandó mozgásban vannak, minden nap hoz valami újdonságot. Ilyen körülmények között nehéz olyan válogatást kínálni, amely tartósan érvényes alapelveket képvisel a marketing világában. Vannak azonban olyan alapvető ismeretek, amelyek útjelzőt jelentenek, amelyek egyfajta marketingintelligenciát adnak, amellyel az olvasó – érdeklődjön bármely tudományterület, piaci szelet iránt – értelmezni tudja a „mi miért történhet” jellegű kérdéseket, sőt ezekre választ is kaphat.

Természetesen a marketing témájú könyvek, tankönyvek is versenyeznek egymással az olvasók figyelméért. Meg kell tehát nekünk is fogalmaznunk, miért éppen a mi könyvünket kell választani. Úgy gondoljuk, hogy

- igazodunk a ma befogadónak olvasási stílusához,
- érdeklődő társként kezeljük az olvasót,
- frissek és újszerűek vagyunk,
- annyi teret adunk az egyes témáknak, amennyit azok feltétlenül igényelnek, nem a magunk tudását akarjuk előtérbe állítani,
- továbbgondolásra serkentjük az olvasót,
- biztosítjuk az olvasó marketingintelligenciájához szükséges alapismereteket.

Izgalommal, örömmel meg sok munkával készítettük ezt a könyvet, de ez csak akkor nyer visszaigazolást, ha valóban segíteni tudunk az olvasónak abban, hogy kalauzolásunkkal ne csak a fő eligazodási pontokig jusson el, hanem azt is megértse, hogy ez a tudományterület az ember megértéséről szól. Végző soron mi magunk alakítjuk vásárlási döntéseinkkel a piaci folyamatokat, amiért a felelősséget vállalni kell, ahhoz pedig tudás is szükséges. Ezt a felnőtt magatartást támogatjuk ezzel a könyvvel.

Jó gondolkodást kívánunk!

2015. augusztus

IMPRESSZUM

ELŐSZÓ

A SZERZŐKRŐL

I. MEGHATÁROZÁSOK, STRATÉGIAI DÖNTÉSEK

II. A KÖRNYEZET ÉS A VEVŐK MEGISMERÉSE, MEGÉRTÉSE

III. A MARKETING-ESZKÖZRENDSZER DÖNTÉSI TERÜLETEI

A KÉPEK FORRÁSA