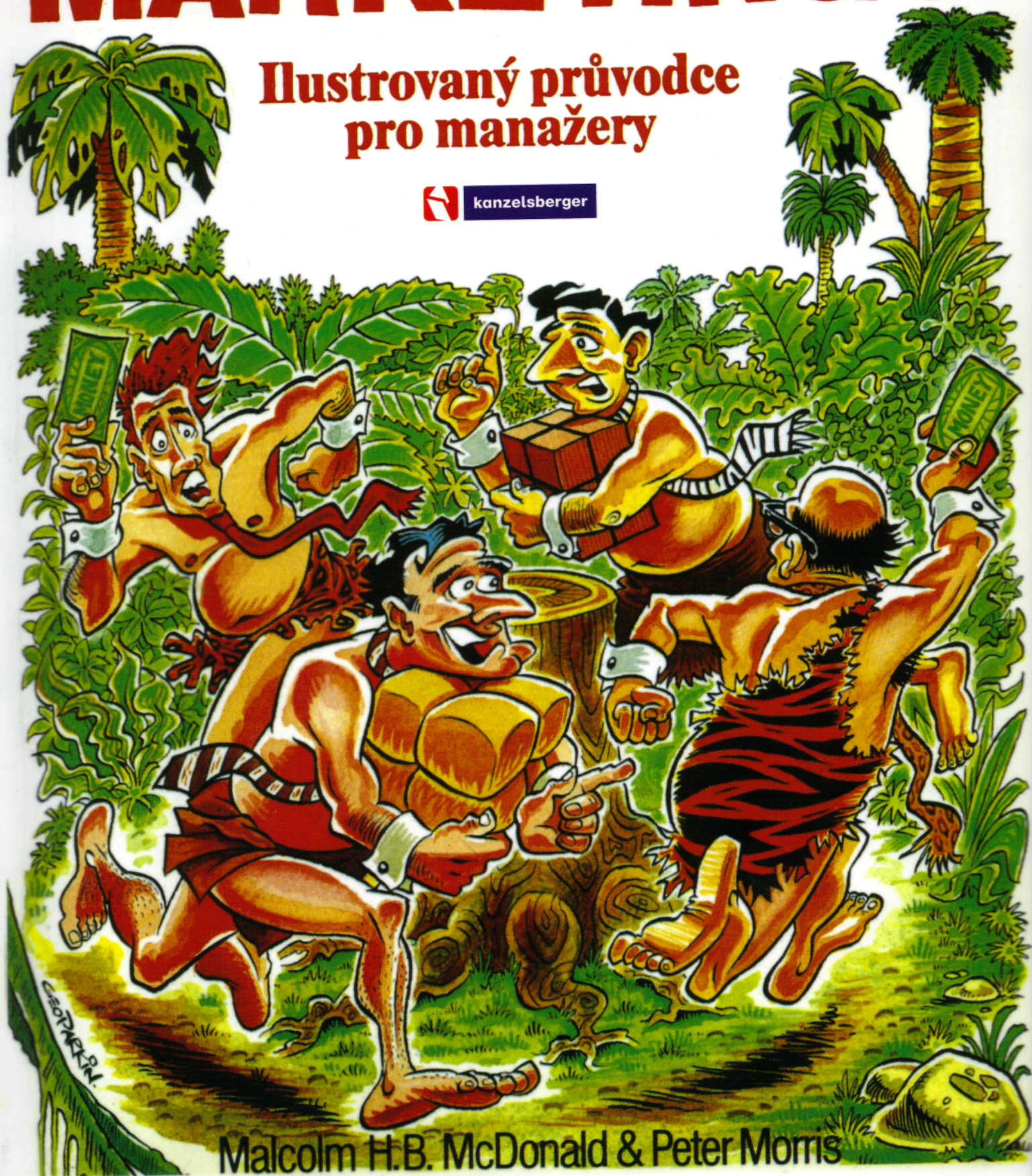


ŠKOLA MARKETINGU

**Ilustrovaný průvodce
pro manažery**

 **kanzelsberger**



Malcolm H.B. McDonald & Peter Morris

Úvod

Škola marketingu, ilustrovaný průvodce pro manažery, je zajímavý ekonomický komiks, který by neměl chybět v batůžkách (aktovkách) studentů středních škol, na stolech živnostníků či na nočních stolcích začínajících manažerů. A pochopitelně mezi materiály, které si za naše peníze pročítají ministerští úředníci a politici.

Poctivě přiznávám, že když jsem knížku poprvé prolistoval, měl jsem dojem, že to autoři přehnali. Posvátný marketing, tlusté bible profesorů ctihodných univerzit, ideologii kapitalismu orientujícího se na růst, zbavili pompéznosti, složitosti a s humorem přiblížili obyčejným lidem. Zdi harvardské se nezhroutily, jen se staly průhlednými. Z vědy se stal stručný návod, jak ji aplikovat v praktickém životě, který je hnán potřebami výroby, obchodu a spotřeby.

Knížka ukazuje, jak se krok za krokem dostat k vytouženému cíli, kterým není nic jiného, než uspokojení potřeb spotřebitelů a ještě na tom vydělat. S neúprosnou, možná trochu i jízlivou logikou, přibližuje čtenáři zákonitosti tržního prostředí, které nemá nic společného s tunelováním a kapitalismem minulých století. Škoda, že se autoři nevěnovali i blízké budoucnosti, která pravděpodobně nebude jen hnána „neviditelnou rukou trhu“, ale i strachem o osud civilizace a zeměkoule, na které lidstvo žije.

Soudím, že tuhle knihu by si měli přečíst též mládežníci začínající si vydělávat na chleba v marketingových či komunikačních agenturách, které jsou občas hnány více kreativitou, nežli potřebnou efektivitou. Knížku prostě doporučuji všem, kteří jsou či se stanou součástí komplikovaného světa výroby, obchodu, financí a propagace. Věřím, že shledají tuto knihu zajímavou, velice potřebnou a že ji budou číst s úsměvem ve tváři. Mne nejen potěšila, ale i podpořila.

Vždy jsem se snažil učit marketingové komunikace srozumitelně. Kvalit autorů, kterými jsou pánové Malcom McDonald a Peter Morris ovšem ještě dlouho nedosáhnou. Tak jim gratuluji a taktéž chválím čtenáře této knížky. Udělal rozumné rozhodnutí.

Jiří Mikeš

lektor komerčních komunikací
na Vysoké škole ekonomické v Praze

Pochopení marketingového procesu

V džungli podnikání se nachází mýtina. Domorodci ji nazývají trh.

