

AKADEMIJI MM NA POT

Če kdaj, je sedaj ravno pravi čas, da znova in za daljši čas oživimo edino slovensko akademsko revijo s področja trženja. Zato sem še posebej vesela nove, skupne energije in volje, ki jo je pognalo Društvo za marketing in revija MM oz. Medijski partner, skupaj z urednico 14. številke, doc. dr. Majo Konečnik Ruzzier in vsemi avtorji in avtoricami, ki so revijo soustvarili.

Časi, ki so pred nami, zahtevajo prav v trženju izjemno veliko znanj, spretnosti in različnih pogledov na to, kam in kako usmerjati napore in vse bolj omejena sredstva - tako v trženjskem raziskovanju, strateškem odločanju in dnevnem, operativnem izvajanju trženja.

Akademija MM bo pri tem kot eden zanimivih virov in morda tudi drugačnih, predvsem pa bolj analitičnih pogledov, zagotovo v pomoč. Želim si, da v očeh strokovnjakov in akademikov postane sodobno trženjsko ogledalo novih dognanj doma in svetu in da vse pogostejše zaide v roke tudi managerjem in strokovnjakom iz drugih področij. Sinergije znanj so namreč vse bolj vodilo razvoja, zato naj bo vsebina sedanje in prihodnjih Akademij MM namenjena tako tistim, ki želimo znanja ne le deliti, ampak jih tudi soustvarjati in uporabiti.

prof. dr. Maja Makovec Brenčič,
Ekonomska fakulteta,
Univerza v Ljubljani, predsednica
Društva za marketing Slovenije

V svoji več kot četrto stoletja dolgi zgodovini je MM (svojo pot je začel kot Media Marketing) že od prve številke maja 1981 skušal povezovati teorijo in prakso, akademsko raziskovanje ter gospodarske trende in gibanja.

Dosedanje številke Akademije MM so bile poskus to povezovanje še utrditi ter še bolj na široko odpreti vrata iskanjem, ki imajo včasih ta privilegij, da niso obremenjena z zahtevami dnevnega poslovnega ritma, poleg tega pa v svetu idej lažje dosledno izpeljejo nekatere v praksi težje izvedljive ideje.

Seveda pa Akademija MM ne živi v slonokoščnem stolpu – tri slovenske katedre za trženje so temeljito prepletene s prakso najbolj ambicioznih podjetij v Sloveniji in v Marketing magazinu smo ponosni, da smo lahko v družbi tako prodornih trženjskih raziskovalcev kot njihovih sodelavcev v marketinških oddelkih in v vedno številnejših primerih tudi upravah gospodarskih družb.

Še posebej pa nas veseli dogovor z Akademsko sekcijo Društva za marketing Slovenije, da bo odslej Akademija MM redna polletna publikacija!

Boštjan Tadel,
odgovorni urednik,
Marketing magazin