

Arts & Business könyvek

Arts and Business kiadó

A három könyv pdf formátumban összesen 5000 Ft-os áron megvásárolható.

Megrendelésért kérjük vegye fel velünk a kapcsolatot és válassza a kapcsolatfelvételnél a könyvrendelést.

Köszönjük!

ÚJ UTAK A MŰVÉSZETI MENEDZSMENTBEN

Szerkesztők: Dér Csaba Dezső, Zachar Balázs

Arts and Business Kiadó

Budapest, 2011

A kézirat lezárásának dátuma: 2011. február 21.

A kötet szerzői:

Bognár Attila - Horváth Judit (8.4. fejezet)
Ben Challis (9.5. fejezet)
Dr. Dér Csaba Dezső (7. fejezet)
Eszéki Erzsébet (9.2. fejezet)
Ferencz Attila (9.6. fejezet)
Gáspár Máté (8.2. fejezet)
Igaz Zoltán (9.1. fejezet)
Inkei Péter (2. fejezet)
Nagy Bálint (5. fejezet)
Schneider Erika (6. fejezet)
Szabó György (8.3. fejezet)
Szép Fruzsina (9.4. fejezet)
dr. Zachar Balázs (1., 3., 4. fejezet)
Zongor Attila (3. fejezet)

© Arts and Business Kft., 2011

ISBN 978-963-08-0870-5
Kiadja az Arts and Business Kft.
A kiadásért felel dr. Dér Csaba Dezső, ügyvezető

Arts and Business Kft.
1144 Budapest
Füredi út 15/a

www.artsandbusiness.hu

Minden jog fenntartva. A könyv egészének vagy részének újranyomása, másolása, bármilyen formába történő sokszorosítása akár elektronikus, akár mechanikus úton, illetve egyéb módon – ideértve minden információtárolási és hozzáférési rendszert is – a Szerzők, valamint a Kiadó írásbeli engedélye nélkül tilos.

Tartalomjegyzék

Előszó.....	6
1. Bevezető.....	7
2. Állami kultúratámogatás és kulturális politika Magyarországon, 1990 - 2010.....	8
3. Kultúratámogatás az Európai Unióban.....	26
4. Adókedvezményen alapuló kultúrafinanszírozási modellek – film-, és előadóművészeti támogatások.....	38
5. Kultúra és marketing.....	65
6. Művészeti szponzoráció.....	93
7. A rendezvénymenedzsment alapjai.....	121
8. Vállalkozások és intézmények a kulturális szférában.....	143
8.1. Kortárs műkereskedelem.....	144
8.2. Fősodor és mellékágak a mai magyar színházi világban.....	170
8.3. A kortárs előadóművészeti intézmény működésének jellemzői.....	195
8.4. A tervgazdálkodástól az A38-ig.....	205
8.4. Az A38 kulturális koncepciója.....	212
9. Esettanulmányok.....	224
9.1. Egy bank szponzorációs politikája – az ING és a Van Gogh kiállítás a Szépművészeti Múzeumban.....	225
9.2. Az AEGON Művészeti Díj és Társdíj, valamint az AEGON-estek szervezési, PR és kommunikációs szempontjai.....	235
9.3. Az Esterházy magánalapítvány szerepe a kulturális piacon.....	243
9.4. A zenei fesztiválszervezés magasiskolája: a Sziget fesztivál.....	257
9.5. „Zöld” művészet és fenntartható fejlődés a zeneipar szemszögéből – példák a világ zenei fesztiváljairól.....	267
9.6. Példa a határon túli magyar kultúrából: a Kézdivásárhelyi Őszi Sokadalom.....	282

Előszó

A kulturális-művészeti menedzsment területén oktatók és tanulók, illetve a szakemberek számára is egyaránt evidencia, mennyire hiányzik a „piacról” egy modern, gyakorlati szemléletű szakmai kiadvány.

A kötet szerzőit és szerkesztőit az a szándék vezette, hogy mind az oktatásban, mind a gyakorlati munkában hasznosítható ismereteket tartalmazó tankönyv szülessen. Ezért is volt hangsúlyos szempont, hogy összegyűjtsék azon területek elméleti alapjait, gyakorlati eredményeit és meghatározó hazai, illetve nemzetközi trendjeit, amelyek összefoglalhatók az „arts and business” (művészet és üzlet) szemlélet keretén belül. Mivel az „arts and business” területének a szakmában általánosan elfogadott definíciója nem létezik, a már működő hazai oktatási program alapján a kiadvány arra is kísérletet tesz, hogy a szakma számára keretbe foglalja e multidiszciplináris szemlélet részterületeit. A könyv ezáltal úttörő módon nemcsak összegyűjti egy korszerű kultúra-menedzsment fogalom témaköreit, hanem esettanulmányok révén megkísérel útmutatást adni a szakterület továbbfejlesztésének lehetséges irányaihoz is.

A munka nem egy szaktárgy „kanonizált” tartalmi elemeit követi, hanem a szerkesztők által az „arts and business” gyakorlati szempontú megközelítése alapján fontosnak ítélt részterületek legfontosabb szabályait tárgyalja. Követi egy klasszikus értelemben vett tankönyv felépítését (világos fejezetszerkesztéssel, ellenőrző kérdésekkel), ugyanakkor gyakorlati, iránymutató kézikönyvként is kíván szolgálni, amely a kulturális-művészeti menedzsment elmúlt két évtizede során felmerült kérdéseket, témákat igyekszik áttekinteni.

A kötetet, bár elsősorban tankönyvnek készült, nem csupán a szakterületet oktatók és hallgatóik számára ajánlom. Biztos vagyok benne, hogy haszonnal forgatják majd a kulturális-művészeti intézmények szakavatott munkatársai, a művész-menedzseléssel foglalkozó cégek és magánszemélyek, a kultúra területén elkötelezett vállalati szféra képviselői éppúgy, mint mindenki, aki egyszerűen csak érdeklődik a kultúra és a művészet gyakorlati kérdései iránt.

dr. Baán László
a Szépművészeti Múzeum főigazgatója

***KREATÍV* ESEMÉNYMENEDZSMENT**

Szerző: Dér Csaba Dezső

Arts and Business Kiadó

Budapest, 2013

Impresszum

A kézirat lezárásának dátuma: 2013. november 5.

A kötet szerzője:

Dér Csaba Dezső, PhD

© Arts & Business Kft., 2013

ISBN 978-963-08-7900-2

Kiadja az Arts & Business Kft.
A kiadásért felel Sohajda László, ügyvezető

Arts & Business Kft.
1144 Budapest
Füredi út 15/a

www.artsandbusiness.hu

Borítóterv: Piros Zoltán
Nyomdai munka: Kapitális Nyomdaipari Kft., felelős vezető: ifj. Kapusi József

A kötet 500 példányban került kiadásra.

Jelen publikáció alapja a „VIADUKT – Vizuális anyanyelvünk, a digitális technológiák és az új média hatásai a kreatív iparágakra és a társadalomra” című, TÁMOP-4.2.2.A-11/ 1/KONV-2012-0050 azonosítószámú pályázat keretében végzett kutatás. A kutatást az Új Széchenyi Terv Tudomány-Innováció alprogramja támogatta.

A kötet megjelenését a Nemzeti Kulturális Alap Könyvkiadás Kollégiuma támogatta.

Minden jog fenntartva. A könyv egészének vagy részének újranyomása, másolása, bármilyen formába történő sokszorosítása akár elektronikus, akár mechanikus úton, illetve egyéb módon – ideértve minden információtárolási és hozzáférési rendszert is – a Szerzők, valamint a Kiadó írásbeli engedélye nélkül tilos.

Tartalomjegyzék

Előszó.....	4
1. Az eseménymenedzsment filozófiája.....	7
1.1. Mitől lesz kreatív egy esemény?.....	7
1.2. Megálmodott és megrendelt események.....	11
1.3. Ki legyen kreatív események szervezője?.....	12
2. Információ nélkül nincs kreativitás.....	20
2.1. Célok.....	21
2.2. Célcsoportok.....	22
2.3. Pénzügyi keret.....	25
2.4. Előzmények.....	26
2.5. Konkurencia.....	27
2.6. Kockázati tényezők.....	27
3. Klasszikus elemek találkozása a kreatív koncepcióval.....	30
3.1. Helyszín.....	31
3.2. Program.....	36
3.3. Időpont.....	39
4. Thinking inside of the box.....	41
4.1. A brief megalkotása.....	41
4.2. Hogyan tegyünk ajánlatot?.....	44
4.3. Pénzügyi tervezés.....	47
5. Eseménykommunikáció.....	55
5.1. Minden a csomagoláson múlik.....	55
5.2. Mivel és hogyan kommunikáljunk?.....	57
6. Az ügyfél a király!.....	63
7. Kreatív együttműködések.....	65
8. A pillanat művészete.....	73
Felhasznált irodalom.....	80
Mellékletek.....	82
1. sz. melléklet: Ütemterv/Szervezési forgatókönyv.....	82
2. sz. melléklet: Rendezvény brief.....	85
3. sz. melléklet: Ellenőrző listák.....	90
4. sz. melléklet: Költségvetési terv.....	96
5. sz. melléklet: Technikai/Lebonyolítási forgatókönyv.....	99
Illusztrációk.....	101
1. sz. illusztráció: Telekom csúszda.....	101
2. sz. illusztráció: Durex Szexpedíció.....	102
3. sz. illusztráció: Milka Nagy Lassúzsós Nap.....	103
4. sz. illusztráció: Meghívás pankrátorral.....	104
5. sz. illusztráció: MTV Icon, Coke Club.....	105
6. sz. illusztráció: Nokia töltőállomás a Coke Clubban.....	106
7. sz. illusztráció: A Coke Club staff egyenruhája.....	107

Előszó

„Ezt a szakmát nem lehet tankönyvekből megtanulni!” – állítja Szép Fruzsina, a Sziget Fesztivál programigazgatója. Ez nyilvánvaló paradoxon, mivel az olvasó épp egy hasonló célból készült könyvet tart a kezében, de a kivétel ez esetben is erősíti a szabályt.

Kedves Olvasó!

Joggal kérdezheted az első gondolat után, mit nyújthat ez a könyv, ami számodra – a rendezvényszervezés iránt érdeklődő ember számára – érdekes lehet. A válaszom erre: a szakmát gyakorló emberek tapasztalatát. Miért fontos ez? Hogy mások sikereit, hibáit továbbgondolva segítsen majd a rendezvényszervezői munkában.

A tendencia az, hogy mindenki azt hiszi, képes egy rendezvény megszervezésére. Való igaz, látszólag teljesen magától értetődő feladatokból áll ez a munka. Például mi a különös abban, hogy mikor nyitjuk ki a kapukat? Csak a gyakorlatban derül ki egy kezdő számára, mennyi apróság van, amin könnyen el lehet csúszni. A rendezvényszervezés komoly szakmai felkészültséget és gyakorlatot igényel. Ezt valóban csak tapasztalat alapján lehet megtanulni; mások példáján, vagy épp a saját károdon keresztül.

A kötetben gyakorlati tudást adunk, és ez azért nagyon fontos, mert tudás nélkül nincs kreativitás. Hogy mi a kreativitás? Herendi Gábor esküvő- és rendezvényrendező így fogalmazza meg: „Számomra a kreativitás mindig is egyet jelentett a felfedezéssel, az újjal, valami mással, az eltérővel az eddig megszokottól, éppen ezért erről a kérdésről egyből Szent-Györgyi Albert idézete jut eszembe, aki így ír: >>Felfedezni valamit, annyit tesz, mint látni, amit mindenki lát, és közben arra gondolni, amire még senki<<”.

Esküvő- vagy éppen rendezvényszervezés szemszögéből sokféle módon határozhatjuk meg a kreativitást: például lényeges, hogy a rendezvényre költött pénz kijöjjön az ügyfél által az eseményre meghatározott büdzséből. Valami olyan eseményt hozunk létre, amilyen még soha nem volt. Teljesen a megrendelő igényére szabjuk a forgatókönyvet. Teljes mértékben a vendégek számára szabjuk a programokat. És szintén a kreativitáson múlik, hogy az adott eseményeken fellépő problémákat hogyan tudjuk kezelni.

Véleményem szerint a kreativitás egy bármilyen esemény megszervezésének szemszögéből a fentiek összessége, vagyis hogy az ügyfél által meghatározott pénzügyi keretből egy olyan

különleges eseményt hozunk létre, amely mind a megrendelő, mind a meghívott vendégek számára maximális megalégedéssel szolgál, és úgy távozik mindenki az eseményről, hogy azt mondja: „Azt a mindenit, ilyen jó rendezvényen még sosem voltam! :-)”¹

Sokan azt gondolják, hogy a rendezvényszervezés rutin-feladatokról áll, a rendezvényszervezők pedig csupán a szervezői folyamat végrehajtói. A szakma azonban nem pusztán végrehajtónak tekinti magát. Ebben a munkában a szervezői készségek, feladatok mellett egyre nagyobb hangsúlyt kap a tervezés, a marketing szemlélet, a kreativitás, a kommunikáció és az ügyféllel való kapcsolat. A rendezvényeket elsősorban a célok, a célcsoportok és az üzenetek határozzák meg, ezek pontos megfogalmazása nélkül pedig nincs sikeres rendezvény.

Ahogy azt Rókusfalvy Gábor, a Roxer Event & More ügyvezető igazgatója, egyben a Magyarországi Rendezvényszervezők és -szolgáltatók Szövetsége elnökségi tagja, valamint a Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége BTL tagozatának vezetője megfogalmazta: „a kreativitás a szakma jelene és jövője”.

Ennek a kijelentésnek az alátámasztására interjúkat készítettem számos, rendezvényszervezéssel foglalkozó szervezet szakmai vezetőjével, munkatársával. Mivel ők az esemény és a rendezvény szavakat szinonimaként használták, ezért így használom ezeket én is a továbbiakban. A kötet szakmai megalapozásához interjúalanyként a következő szakemberek voltak segítségemre, akiknek ez úton szeretnék köszönetet mondani:

Bakró-Nagy Hédi, szakmai igazgató, RagazzArt Event Marketing

Gámán Zsuzsa, projekt koordinátor, WAMP

Gaspari Zsolt, kereskedelmi vezető, Sziget kulturális menedzseriroda

Herendi Gábor, esküvő- és rendezvényrendező

Jurányi Nóra, Account Director, HPS Experience

Kiss Gergő, ügyvezető, PR Plusz Stúdió

Lőrinczy György, ügyvezető igazgató, Pentaton Koncert- és Művészügynökség

Morassi László, programigazgató, Kőrösi Csoma Sándor Kőbányai Kulturális Központ

Nagy Bálint dr., tanszékvezető IBS Marketing tanszék

¹ Ha többet akarsz tudni a kreativitásról, ajánlom figyelmedbe a következő olvasmányt: Csíkszentmihályi Mihály: Kreativitás. A flow és a felfedezés, avagy a találmányosság pszichológiája, Akadémiai Kiadó, 2009.

Nagy Zsuzsanna, alelnök, Gyömrői Kulturális és Turisztikai Egyesület

Rókusfalvy Gábor, ügyvezető igazgató, Roxer Event & More

Román Balázs, főszerkesztő, Kreatív Online

Sipos Dávid, ügyvezető igazgató, HPS Experience

Szende Attila, marketing activation manager, The Coca-Cola Company

Urbán Zsolt, ügyvezető igazgató, HD Group

Winchester Elica, ügyvezető, HBL Travel

Zsoldos Dávid, ügyvezető igazgató, Libri Média.

Külön köszönet illeti Rókusfalvy Gábort, aki a Mellékletekben fellelhető dokumentum-mintákat biztosította, illetve Sipos Dávidot, Szende Attilát és Urbán Zsoltot, akik a kötetben szereplő esettanulmányokhoz hasznos képi illusztrációkkal szolgáltak.

Mivel kutatóként és főiskolai oktatóként magam is sokat tanulok, ezért örömmel veszem ötleteidet, gondolataidat, történeteidet a kötet későbbi kiadásaihoz.

Dér Cs. Dezső

der.dezso@artsandbusiness.hu

Ajánlások a külső borítón

„Nagyon örülök, hogy egy „gyakorlatiasabb tankönyv” is létrejött, mert ennek hiányát nagyon érezzük a pályakezdőknél. Remélem, hogy a közeljövőben a teljes rendezvényszervezői oktatásban is megvalósul ez a gyakorlatközpontúság, ami ebben a szakmában elengedhetetlen!”
Rókusfalvy Gábor (a Roxer Event & More ügyvezető igazgatója, a Magyarországi Rendezvényszervezők és -szolgáltatók Szövetségének elnökségi tagja, a Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége BTL tagozatának vezetője)

„A rendezvényszervezést nem lehet könyvből elsajátítani. A szemléletmód megértése nélkül azonban, a gyakorlatban is sokkal több időt venne igénybe. Ennek a folyamatnak a felgyorsításában segít ez a nagyon gyakorlatias könyv!”
Sípos Dávid (a HPS Experience ügyvezető igazgatója)

„Ajánlom ezt a könyvet mindenkinek, aki érdeklődik a rendezvények különleges világa iránt, akár rendezvényesként, akár márkatulajdonosként, akár ügynökségi alkalmazottként. A könyv nem csak útmutatást ad a rendezvényszervezésről, de egyben rámutat olyan rejtett elemekre és összefüggésekre is, melyek segítenek valós értéket teremteni az eseményeknek. És ami külön öröm számomra, hogy mindezt megannyi izgalmas esettanulmányon keresztül teszi, ezáltal az olvasó egy kicsit úgy érezheti, hogy valóban elleszi a „nagyok” titkait.”
Szende Attila (marketing activation manager, The Coca-Cola Company)

ÉLMÉNYSZERVEZÉS ÉS -MENEDZSMENT

Szerző: Dér Csaba Dezső

Arts and Business Kiadó

Budapest, 2017

A kiadvány a Nemzeti Kulturális Alap támogatásával jelent meg.

A szöveget lektorálta: Dr. habil. Papp-Váry Árpád, a Budapesti Metropolitan Egyetem általános rektorhelyettese, a Magyar Marketing Szövetség alelnöke

© Dr. Dér Cs. Dezső, 2017

© Arts and Business Szolgáltató Kft., 2017

ISBN 978-615-00-0634-5

Kiadja az Arts and Business Szolgáltató Kft.

Borítóterv, nyomdai előkészítés: Mezőfi Orsolya

Nyomdai munka: Kapitális Nyomdaipari Kft., felelős vezető: ifj. Kapusi József

A kötet 500 példányban került kiadásra.

Minden jog fenntartva.

A könyv egészének vagy részének újranyomása, másolása, bármilyen formába történő sokszorosítása akár elektronikus, akár mechanikus úton, illetve egyéb módon – ideértve minden információátviteli és hozzáférési rendszert is – a Szerző, valamint a Kiadó írásbelin engedélye nélkül tilos.

Kedves Olvasó!

Sok könyv jelenik meg a rendezvényszervezésről napjainkban, de MIBEN MÁS ez a könyv, amit most a kezében tartasz?

- A kiadvány kizárólag az élmények szervezéséről, és menedzsmentjéről szól, a koncepcionális rendezvényszervezés és projektmenedzsment világába kalauzol.
- Ebben a könyvben nem fogsz találni túl sok elméleti részt, mégis szakmailag lektorált, akadémiai oldalról is elismert munka
- A kiadvány nem egy személy, szervezet több éves, évtizedes tapasztalata, példái alapján kívánja „megmondani”, hogyan szervezzünk rendezvényt, hozzunk létre élményeket, hanem a szakma jelenlegi élvonalbeli képviselői kalauzolnak el bennünket az élményszervezői trendek világába.
- Az említett szakemberekben közös, hogy mindannyian a Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) Kreatív event menedzsment posztgraduális képzésének oktatói, akik hisznek abban, hogy van értelme a gyakorlati tapasztalatokat az iskolapadban is átadni az érdeklődőknek. A képzés szakmai támogatója a Magyar Reklámszövetség, a hazai kommunikációs iparág legnagyobb szervezete.

Interjúalanyként a következő szakemberek voltak segítségemre, akiknek ez úton szeretnék köszönetet mondani:

- Csíky András, a Bo Event Kft. rendezvényigazgatója
- Duca Andrea, a HD Group ügyvezető igazgatója
- Ferenczy Petra, a MOL cégcsoport belső kommunikációs vezetője
- Dr. Korentsy Endre, a Müpa Budapest produkciós igazgatója
- Kádár Tamás, a Sziget Kft. cégvezetője
- Komlós Judit, a HPS Kft. Digitális divíziójának senior projekt menagere
- Megyesi Nóra, a HPS Kft. Event divíziójának vezetője
- Sohajda László, az Arts & Business Kft. projektmenedzsere
- Szabó Veronika, a HPS Kft. digitális marketingért felelős divíziójának account directora
- Batjain Zorigt, a HPS Kft. PR divíziójának vezetője
- Zsoldos Dávid, a Papageno ügyvezetője

Külön köszönet illeti Dr. Papp-Váry Árpádot, a Budapesti Metropolitan Egyetem általános rektorhelyettesét, a Magyar Marketing Szövetség alelnökét, aki szakmailag lektorálta a kiadványt és Mezőfi Orsolyát, a METU hallgatóját, aki időt és energiát nem kímélve, szinte „második szerzőként” segített a kötet elkészítésében.

Dr. Dér Cs. Dezső
Budapesti Metropolitan Egyetem
Marketing Intézet

Tartalom

A RENDEZVÉNYÜGYNÖKSÉGI MUNKA SAJÁTOSSÁGAI	4
Miben más egy professzionális rendezvényügynökség?	4
Hogyan épül fel egy rendezvényügynökség?	5
A rendezvényügynökségi piac néhány aktualitása	7
A rendezvények első számú alappillére	8
A legnagyobb feladat: az ajánlat elkészítése	10
Partnerkapcsolat az ügyféllel	13
A siker mérése.....	14
TRENDEK AZ ESEMÉNYKOMMUNIKÁCIÓBAN	15
A hitelesség eszköze: Public Relations (PR)	15
Digitális megoldások	18
Élményszervezés és közösségi média	21
A RENDEZVÉNY MINT BELSŐ KOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZ	24
A belső kommunikáció lényege.....	24
Mire jó egy belső kommunikációs rendezvény?.....	25
A belső kommunikációs események típusai	26
Ügynökségek bevonása.....	27
KULTURÁLIS ESEMÉNYEK SZERVEZÉSE	29
Mi jellemez egy kulturális rendezvényt?	29
Művészeti produkciók szervezése.....	31
Művészek és menedzserek.....	34
Művészeti események árképzése, értékesítése.....	35
Művészeti események kommunikációjának jellemzői.....	37
ÉLMÉNYSZERVEZÉS HATÁROK NÉLKÜL: NEMZETKÖZI ZENEI FESZTIVÁLOK	39
Mit nevezünk fesztiválnak?	39
A zenei fesztiválok csoportosítása	39
A zenei fesztiválpiac trendjei.....	40
Mitől nemzetközi egy fesztivál?	41
A fesztiválkonceptió elemei.....	42
A cégstruktúra nemzetközi területei	43
Hogyan lett a Sziget nemzetközi fesztivál?	44
LÁTOGATÓKÖZPONT: PROJEKT ÉS ÉLMÉNY	45
A kulturális projekt ismérvei	45
A projekt lefolyása.....	46
A projektvezető feladata	48
Konceptcionális élménytervezés.....	49
A koncepció értékelése a látogatói vélemények tükrében	52

Ajánlás a külső borítón:

„Akik olvasták Dér Cs. Dezső korábbi, „Új utak a művészeti menedzsmentben”, illetve „Kreatív eseménymenedzsment” könyveit, most azok egyfajta folytatását vehetik kézbe.

Ez már igazi haladó szint, ahol egy-egy eszközt, megoldást jár körül a szerző a rendezvényszervezési szakma legnagyobbjaival készült interjúkra alapozva.

Az így készült esettanulmányok jól mutatnak rá arra, hogy ez bizony az a terület, ahol tényleg minden apró részlet számít, ahol mindenre oda kell figyelni.

E könyv segítségével ez a jövőben könnyebb lesz: a rendezvényügynökségi munka sajátosságai, az eseménykommunikáció trendjei, a művészeti eseményszervezés vagy éppen a nemzetközi zenei fesztiválok mind-mind terítékre kerülnek, de még a belső kommunikáció jelentőségéről is szó esik.

Zárásként a szerző egy olyan látogatóközpontot mutat be, melynek személyesen koordinálta kurátori testületét. Hogy mennyire remek munkát végzett, jól mutatja, hogy a „Mi, magyarok” látogatóközpontról szóló cikkében Szily László azt írta: „remekül megdizájnolt, jól szerkesztett, interaktív, modern kiállítás”. A cikk címe pedig egyenesen úgy szól: „Ha ilyen lenne a nacionalizmus, legelől ráznám a tarsolylemezt”.”

Dr. habil. Papp-Váry Árpád

a Budapesti Metropolitan Egyetem általános rektorhelyettese,

a Magyar Marketing Szövetség alelnöke