

**Neumann János Egyetem
MNB Tudásközpont
Gazdaságföldrajzi és Településmarketing
Központ**

**Jenes Barbara
Városmarketingtől a
városarculatig
válogatott tanulmányok a
helymarketing területeiről**



**Magyar Gazdaságföldrajzi és
Településmarketing Műhely
Kiadványsorozat 7.
2022**

Magyar Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Műhely
elektronikus tanulmánykötet sorozat 7.

Sorozatszerkesztő
Tózsza István

Városmarketingtől a városarculatig válogatott tanulmányok a helymarketing területeiről

tanulmánykötet

Szerzők:

Bognár Laura
Jenes Barbara
Kasza Zsolt
Marxer Vivien Edina
Papp-Váry Árpád Ferenc
Piskóti István
Vas Magdolna

Szerkesztő:

Jenes Barbara

Technikai szerkesztők:

Catherine Feuerverger
Subecz Zoltán

Szakmai lektorok:

Korompai Attila
Forman Balázs
Schuchmann Júlia
Tózsza István

ISSN: 2939-516X

ISBN: 978-615-6435-24-8

Kiadó:

Neumann János Egyetem

MNB Tudásközpont

Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ

Felelős kiadó: Fülöp Tamás Ferenc rektor

Kecskemét

2022

Előszó

2021-ben a Neumann János Egyetemen megalakult a Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Központ az MNB Tudásközpont részeként. Ennek feladata, hogy a magyar társadalomtudományi kutatásokban és a felsőoktatásban az eddig önálló szervezeti egységként nem képviselt település-, régió- és országmarketinget valamint -márkázást helyezze előtérbe; illetve a gazdaságföldrajzon belül a 21. században megjelenő új tendenciákat. Ilyenek: a városhálózatok gazdaságtana – az ún. „*konnektográfia*” –; a virtuális valóság módszertana – a „*Metaverzum*” –; az identitásföldrajz; a talentumföldrajz, a gazdasági rádiuszföldrajz; az adatvezérelt gazdasági folyamatok; az ún. „*asszociatív*” geográfia; a gazdasági és társadalmi folyamatok „*geofúziója*”; a fenntarthatóság „számvitele”; vagy a vállalatok térbelisége, különös tekintettel a magyar autópárra és a 2020-ban beköszöntött válságok korára. A Központ egy online kiadványsorozatot indított

Magyar Gazdaságföldrajzi és Településmarketing Műhely (MGTM) címen.

Ennek a sorozatnak a most megjelenő, 7. tanulmánykötete a településmarketing elméleti és gyakorlati megközelítéseivel foglalkozik. A helymarketing (place marketing) tudományterülete a 2000-es évektől örvend kiemelt népszerűségnek, az azóta eltelt időben számos tanulmány vizsgálta a helyek – települések, városok, országok stb – marketing- és márkázási tevékenységeinek lehetőségeit, eszköztárát, stratégiai és taktikai megközelítéseit. A városmarketing, városmárkázás területeinek fejlődésével párhuzamosan különös fókuszba kerültek az egyes értékelő modellek, az arculati kérdések és stratégiai megoldások tényérése is.

A kötet tanulmányai a témakör fejlődését képezik le, az elméleti megközelítések irányából haladva a gyakorlati példák értékelése felé. Az írások új kereteket adnak a helymárkázás szakirodalmi modelljeinek, különös tekintettel a városmárkázás 6P modelljeinek vizsgálatához és gyakorlati példákat is mutatnak a városmárkázás különböző területeiről. A témakör speciális vetülete a városarculat megfelelő kialakítása és alkalmazása, ezt mind elméleti, mind gyakorlati szempontból is vizsgálják a szerzők.

Kecskemét, 2022. december 15.

Jenes Barbara

Tartalom

1. Jenes Barbara: Előszó, tartalom (3 oldal)
2. Papp-Váry Árpád Ferenc – Vas Magdolna: Helyértékesítés, helypromóció, helymarketing, helymárkázás – A megközelítések fejlődése a szakirodalmi áttekintés alapján (11 oldal)
3. Papp-Váry Árpád Ferenc – Marxer Vivien Edina: A városmárkázás 6P modelljei: Összehasonlító elemzés (9 oldal)
4. Jenes Barbara: A városarculat szerepe a városmárkázásban (8 oldal)
5. Kasza Zsolt: Településképi Arculati Kézikönyvek (TAK) helymarketing aspektusú kutatásai 2017-2022 között (13 oldal)
6. Bognár Laura – Papp-Váry Árpád Ferenc: „Kis város, nagy szívvel” – Lébény márkaépítése a Magyar Marketing Szövetség Városmarketing Gyémánt Díjára benyújtott pályázatainak keretében (11 oldal)
7. Jenes Barbara: Városarculat megújítása Fót példáján keresztül (10 oldal)
8. Piskóti István: Szikszó – a kisvárosi újrapozicionálási modell – marketingorientált fejlesztés, márkázás, arculat és közösségépítés (20 oldal)