



**Автор:** Френк Аренс

**Мова:** українська

**Формат:** А5

**Обкладинка:** тверда

**Кількість сторінок:** 416

**ISBN:** 978-617-577-120-4

**Переклад:** Анастасія Жищинська

**Рубрикатор:** історії успіху, бізнес, мотивація, менеджмент, саморозвиток

**Реліз:** 10 вересня 2017 року

**Наклад:** 1000 примірників

Перші 30 сторінок:

[переглянути тут](#)

Рекомендована роздрібна ціна:

**290 грн**

*Краща книжка 2016 року за версією*

*New York Post.*

# Людина з Сеула

Спогади про машини, культуру, кризу та несподівані веселоці у корейському корпоративному гіганті

*Оригінальна назва: Seoul Man*

## Опис

«Людина з Сеула» — це три історії в одній: історія успіху країни, всевітньо відомої корпорації та людини, яка намагається поєднати розбудову кар'єри в нових умовах з сімейним життям. Їх щиро й дотепно розповідає нам Френк Аренс, у минулому журналіст газети Washington Post, який обійняв ключову посаду в компанії Hyundai та переїхав до Південної Кореї.

## Зміст

Запаморочливі блискучі хмарочоси, магазини з різними різнощами, нескінченний потік автомобілів... Важко уявити, що лише якихось півстоліття тому Південна Корея була однією з найбільш бідних країн світу без промисловості та майже без електрики. Сьогодні ж це держава майбутнього. Побачити її зсередини, зрозуміти, завдяки чому вона досягла приголомшливих результатів, а також зазирнути за лаштунки величезної транснаціональної корпорації пропонує у своїй книжці журналіст Френк Аренс, який свого часу обіймав ключову посаду в корейському автобудівельному гіганті Hyundai.

## У чому фішка

Автор книжки яскраво та доступно розповідає про особливості бізнесу, який розвивається під впливом конфуціанської філософії. Читачі побачать азійський менталітет та побут очима середньостатистичного американця, який ніколи раніше не стикався настільки щільно з іншою культурою. Для української аудиторії особливо цінним буде відстежити досвід досягнення небувалого економічного зростання маленькою країною, що постійно відчуває на собі агресію сусідньої держави — Північної Кореї. Поглиблюючись в історію військових конфліктів Південної Кореї, автор метафорично називає її «креветкою між двома китами»...

## Про автора



**Френк Аренс.** Письменник, відомий журналіст, який пропрацював 18 років у найвидатнішій щоденній газеті столиці США Washington Post. Провів три роки у Південній Кореї, будучи одним із небагатьох керівників-іноземців у штаб-квартирі компанії Hyundai у Сеулі. За час роботи начальником PR-відділу став експертом у галузі автомобільної індустрії та азійської корпоративної культури. Нині проводить консультації щодо особливостей ведення бізнесу на Далекому Сході. Його автобіографічна книжка про життя в Кореї «Людина з Сеула» була названа кращою книжкою 2016 року за версією New York Post. Одружений, батько двох доньок. Персональний сайт: [www.frankahrens.com](http://www.frankahrens.com)

## Відгуки



### Відгук з сайту Amazon

*«...Я вважаю Френка Аренса чудовим письменником. Я із задоволенням купив би і наступну його книжку. А це видання цікаве як власні мемуари. Ідеї автора дійсно дуже глибокі. Можна було б дорікнути йому, що він мало поглиблюється в опис власних взаємовідносин з корейцями. Але я не можу зробити цього, бо автор знаходився там, щоб влаштувати своє життя, а не писати книжки. Як на мене, він дуже кмітливий чоловік з гострим поглядом. Я впевнений, якщо він залишився б у Південній Кореї на довгий*

*термін, то зміг би набагато краще вивчити та зрозуміти місцеве населення.*

*Водночас книга наповнена власними думками автора. Він чудово передає свій досвід спілкування з людьми іншої культури. Саме це є перевагою будь-якої подорожі за кордон. З одного боку, виникає відчуття, що автор є лише стороннім спостерігачем, у тому числі і власного життя, і власної роботи у відомій корейській компанії. З іншого боку, приходить розуміння того, що між Аренсом та корейським світом постає значний мовний та культурний бар'єр, з яким він чудово впорався.*

*Загалом я вражений. Френк Аренс, як і Ентоні Бурден, є по-справжньому корпоративною людиною...»*

## Промо

- Анонс виходу книжки та публікація рецензій у ЗМІ.
- Реклама, проведення конкурсів і розіграшів у соцмережах.
- Контекстна реклама.

