



EGYESÜLET A **MARKETING**
OKTATÁSÉRT ÉS KUTATÁSÉRT

XXII. ORSZÁGOS KONFERENCIA

HITELESSÉG ÉS ÉRTÉKORIENTÁCIÓ A MARKETINGBEN

RÉSZLETES PROGRAMFÜZET



2016. augusztus 29-31.

DEBRECENI EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR
MARKETING ÉS KERESKEDELEM INTÉZET
4032 Debrecen, Böszörményi út 138.

Kedves Kollégák!

Megtiszteltetés számunkra, hogy mi rendezhetjük meg az EMOK XXII. Országos Konferenciáját a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karán. A konferencia fő célkitűzése, az EMOK küldetésének megfelelően, a hazai marketing oktatás és kutatás színvonalának fejlesztése, valamint a szakemberek közötti párbeszéd elmélyítése az elmélet és a gyakorlat összhangjának megteremtésével.

A 2016. augusztus 29-31. között megrendezésre kerülő konferenciának a „Hitelesség és értékorientáció a marketingben” összefoglaló címet adtuk. Tettük ezt azért, mert véleményünk szerint csak azok a marketing koncepciók lehetnek hitelesek, amelyek valódi értéket közvetítenek a gazdaság és a társadalom számára. A konferencia témaköre és tervezett szekciói – reményeink szerint – lehetőséget biztosítanak arra, hogy valamennyi marketing műhely megtalálja a számára leginkább megfelelő szakterületet. A rendezvényen nagy hangsúlyt fektetünk azokra az újszerű megközelítésekre is, amelyek a marketing szakma alkalmazkodását biztosítják a folyamatosan változó piaci és társadalmi környezethez.

A konferenciára szeretettel várunk minden olyan kollégát (PhD hallgatót, oktatót, kutatót, vállalati szakembert), aki szívesen bemutatná elméleti és gyakorlati eredményeit az egyes szekciókban, ezzel is támogatva a hazai marketing szakma társadalmi elismertségét. A Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézetének kollektívája nevében bízom abban, hogy a program felkeltette érdeklődését és Önt is résztvevőink között köszönhetjük.

Tisztelettel:

Dr. Szakály Zoltán

egyetemi tanár, dékán-helyettes, intézetigazgató

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet

A KONFERENCIA SZERVEZŐJE

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet
4032 Debrecen, Böszörményi út 138.

A KONFERENCIA RENDEZVÉNY FELELŐSE

Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért (EMOK)

KAPCSOLATTARTÓK

Szervezés: Dr. Soós Mihály (soos.mihaly@econ.unideb.hu)
+36 (20) 299 8310; +36 (30) 884 0478

Számlázás: Ruschel Rita (rita.ruschel@uni-corvinus.hu)

TUDOMÁNYOS BIZOTTSÁG

Dr. Dinya László
Dr. Ercsey Ida
Dr. Hetesi Erzsébet
Dr. Horváth Dóra
Dr. Józsa László

Dr. Kenesei Zsófia
Dr. Piskóti István
Dr. Révész Balázs
Dr. Simon Judit
Dr. Szakály Zoltán

Dr. Szűcs Krisztián
Dr. Törőcsik Mária
Dr. Veres Zoltán

SZERVEZŐ BIZOTTSÁG

Barna Fédra
Csapóné Dr. Riskó Tünde
Fehér András
Dr. Hernádi László
Dr. Kiss Marietta

Kiss Virág Ágnes
Dr. Kontor Enikő
Nábrádi Zsófia
Dr. Polereczki Zsolt
Prokisch Lilla

Dr. Soós Mihály
Széles Árpád
Szűcs Imre

A KONFERENCIA TÁMOGATÓI

Debreceni Egyetem,
Gazdaságtudományi Kar



Akadémiai Kiadó

A KONFERENCIA IDŐPONTJA

2016. augusztus 29. PhD kollokvium (0. nap)
2016. augusztus 30-31. Konferencia (1. és 2. nap)

A KONFERENCIA HELYSZÍNE

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar,
Marketing és Kereskedelem Intézet
4032 Debrecen, Böszörményi út 138. TVK épület

A KONFERENCIA HONLAPJA

www.emok.hu/emok2016

REGISZTRÁCIÓ ÉS INFORMÁCIÓ A KONFERENCIA IDEJE ALATT

A TVK épület bejáratánál fog működni a regisztrációs- és információs pult.
2016. augusztus 30-31. 8:30-tól

KÁVÉSZÜNET ÉS EBÉD

A kávészünetek helyszíne a TVK épület.
Az ebéd helyszíne az Agrár Étterem.

VACSORA ÉS ESTI PROGRAM

2016. augusztus 30., kedd 19:00-tól Helyszín: MEGLEPETÉS!

PARKOLÁS

A Campus területén díjköteles a parkolás. A Campussal szemben, a Borbíró téren a parkolás díjtalan.

RÉSZVÉTELI DÍJ

31 000 Ft/fő + ÁFA

3 000 Ft/fő EMOK tagdíj

Számlaszám (EMOK): 16200223-10038989 (Magnet Bank)

A részvételi díj tartalmazza a tudományos programon való részvételt,
a konferencia kiadványait, az étkezéseket és a keddi vacsorát.

A REGISZTRÁCIÓ LEMONDÁSI FELTÉTELEI

2016. augusztus 12. utáni lemondás esetén nem áll módunkban a részvételi díjat visszafizetni.

A KONFERENCIA SEKCIÓI

Fogyasztói magatartás
Marketingstratégia
Marketingkommunikáció és média
Non-business marketing
Egészség- és élelmiszermarketing

Oktatásmódszertan
Marketingkutatás
Digitális marketing
Poszter szekció

LEGJOBB ELŐADÁSOK DÍJAZÁSA

„Best Paper” díj nyertes – 50 000 Ft (kutatásra felhasználható)

Konferencia legjobb előadásai – Publikálási lehetőség a Marketing & Menedzsment külön számában

PhD kollokvium legjobb előadás – Publikálási lehetőség a Marketing & Menedzsmentben

WiFi

Hálózat: TVKepulet
Jelszó: Debrecenbekenemenni
(Csak a TVK épületében érhető el!)

2016. AUGUSZTUS 29. HÉTFŐ

	TVK 04	TVK 05	TVK 104	TVK 10	TVK 12	TVK 13
15:00-17:00	PhD Kollokvium					
18:00-tól	Vacsora					

2016. AUGUSZTUS 30. KEDD

	TVK 04	TVK 05	TVK 104	TVK 10	TVK 12	TVK 13
10:00-12:15			Köszöntők és plenáris ülés			
12:15-13:15	Ebéd					
13:15-14:55	Marketing-kommunikáció és média	Poszter	Fogyasztói magatartás I.	Non-Business marketing I.	Oktatásmódszertan	Egészség- és élelmiszermarketing I.
14:55-15:25	Kávészünet					
15:25-17:05	Marketingstratégia	Poszter	Fogyasztói magatartás II.	Non-Business marketing II.	Oktatásmódszertani kerekasztal	Egészség- és élelmiszermarketing II.
18:00-tól	Transzfer a vacsora helyszínére					
19:00-tól	Vacsora és esti meglepetés program					

2016. AUGUSZTUS 31. SZERDA

	TVK 04	TVK 05	TVK 104	TVK 10	TVK 12	TVK 13
09:00-10:40		Poszter	Fogyasztói magatartás III.	Digitális marketing	Marketingkutatás	Fogyasztói magatartás IV.
10:40-11:10	Kávészünet					
11:10-11:40			EMOK Beszámoló			
11:40-12:10			Konferencia zárása, díjak átadása			
12:10-13:10	Ebéd					

14:00-17:00 PHD KOLLOKVIUM I. (TVK04)*Mentorok: Lehota József, Totth Gedeon, Kontor Enikő*

- 14:00-15:00 **Kulturális és színházmarketing - Kultúrafogyasztói magatartásvizsgálat**
Fehér Euridiké – Gyenge Balázs
- 15:00-16:00 **Melyik hatóanyagot is választjuk? Gyógyszerhatóanyag-terápiák értéke és azok piaci teljesítményének összehasonlítása**
Kovács Bence – Simon Judit
- 16:00-17:00 **A tejjel és termékeivel kapcsolatos fogyasztói szokások elemzése a rövid ellátási láncokban**
Szűcs Imre

14:00-17:00 PHD KOLLOKVIUM II. (TVK05)*Mentorok: Mitev Ariel, Kiss Marietta, Huszka Péter*

- 14:00-15:00 **Oszd meg és hashtagelj! – Közösségrészvétel és élménymegosztás a turizmusban**
Iványi Tamás – Bíró-Szigei Szilvia
- 15:00-16:00 **Tinédzser fiúk és lányok a neten**
Danó Györgyi
- 16:00-17:00 **Kapcsolati marketing hatékonysága, a co-creation eredményessége és a vállalatra gyakorolt hatása, különös tekintettel az innovációra**
Papp Adrienn

10:00-12:15 PLENÁRIS ÜLÉS (TVK104)

- 10:00-10:15 **Köszöntők**
Pető Károly
dékán, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar
Kenesei Zsófia
elnök, Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért
Szakály Zoltán
intézetigazgató, egyetemi tanár, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar
- 10:15-10:35 **Egészségmagatartás, viselkedésváltozás és személyre szabott táplálkozás: az élethosszig tartó egészség koncepciója**
Szakály Zoltán
intézetigazgató, egyetemi tanár, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar
- 10:35-10:55 **A személyfogyasztás kora – hitelesség arcokkal**
Törőcsik Mária
intézetigazgató, egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar
- 10:55-11:15 **A mindennapok rituáléja avagy a hétköznapi élet szociológiája a fogyasztás tükrében**
Kozák Ákos
ügyvezető igazgató, GfK Piackutató Intézet
- 11:15-11:35 **Vállalati értékek és hitelesség a márkák mögött**
Verő Barbara
HR igazgató, Nestlé Hungária Kft.
- 11:35-11:50 **EMOK Oktatásmódszertani verseny győztesének előadása**
- 11:50-12:05 **Publikációs Nívódíjak átadása**
Veres Zoltán
MTA Marketingtudományi Munkabizottságának Publikációs Nívódíj Bizottság elnöke
- 12:05-12:15 **Digitális szolgáltatás**
Pomázi Gyöngyi
Akadémiai Kiadó
Nyelvi és Társadalomtudományi Szerkesztőség vezetője

12:15-13:15 EBÉDSZÜNET (AGRÁR ÉTTEREM)

13:15-14:55 MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ ÉS MÉDIA (TVK04)Üléseink: *Piskóti István*

- 13:15-13:35 **A horvát turisztikai marketingkommunikáció és az országimázs**
Gerdesics Viktória – Orosdy Béla
- 13:35-13:55 **Búú vagy Báá? Online fogyasztói vélemények állatmetaforákon keresztüli kvalitatív vizsgálata: fórumkommentekre adott érzelmi reakciók**
Horváth Dóra – Mitev Ariel
- 13:55-14:15 **A reklámügynökségek és ügyfeleik együttműködésére ható tényezők elemzése**
Seres Huszárik Erika – Józsa László
- 14:15-14:35 **Az óvodáskorú gyermekek médiafogyasztásának hatása a fogyasztói magatartásukra**
Kásler Tina Tímea
- 14:15-14:35 **Nyugdíjpolitikai kihívások és kommunikációs megoldások**
Mihály Nikolett – Komáromi Nándor – Lehota József

13:15-14:55 FOGYASZTÓI MAGATARTÁS I. (TVK104)Üléseink: *Szűcs Krisztián*

- 13:15-13:35 **Két szűrőn át – Kulturális sokk és asszimiláció érzékelése Magyarországon a bevándorlók és a hallgatók szemüvegén keresztül**
Bogáromi Eszter – Malota Erzsébet – László Tamás
- 13:35-13:55 **A fehér, a vörös, a mindkettő és az egyik sem – klaszterek a húsfogyasztás alapján**
Dernóczy-Polyák Adrienn – Keller Veronika
- 13:55-14:15 **Értéktérítés fogyasztói megközelítésben a szolgáltató szektorban**
Ercsey Ida
- 14:15-14:35 **Közösségi hálózatok szerepe az értékesítésben**
Hubert József
- 14:35-14:55 **Trendek és ellentrendek... avagy a magyar és osztrák fiatalok táplálkozási szokásainak összehasonlítása**
Huszka Péter

13:15-14:55 NON-BUSINESS MARKETING I. (TVK10)Üléseink: *Révész Balázs*

- 13:15-13:35 **Mentorálni, hogy majd ők is mentoráljanak – tudományos diákköri motivációs kutatás egy hazai felsőoktatási intézmény hallgatói körében**
Dabasi-Halász Zsuzsanna – Molnár László – Gulyásné Kerekes Rita – Molnárné Konyha Csilla
- 13:35-13:55 **Nonbusiness prioritások az innovációs gazdaság üzleti modelljeiben**
Dinya László
- 13:55-14:15 **Jó szabadalomnak nem kell cégér?! – A marketing orientáció jelentőségének összevetése az európai és japán technológia transzfer irodáknál**
Prónay Szabolcs – Keszei Tamara – Buzás Norbert
- 14:15-14:35 **A hazai vállalatok CSR motívumai és lehetséges jövője, a társadalmi vállalkozás**
Putzer Petra
- 14:15-14:35 **A magyar városok imázsának kulturális szempontú vizsgálata**
Gombos Szandra

13:15-14:55 OKTATÁSMÓDSZERTAN (TVK12)Üléseink: *Kolos Krisztina*

- 13:15-13:35 **Tervező művész(ek) a közgazdász képzésben**
Cosovan Attila – Horváth Dóra
- 13:35-13:55 **Pályaelhagyás vagy tudatos fejlődés? – „Az ki mesterré akarván állani eme czéhben...”**
Deés Szilvia
- 13:55-14:15 **A játékosítás (gamification) a felsőoktatásban**
Kenéz András
- 14:15-14:35 **Szimulációs játék alkalmazása gazdaságtudományi mesterképzéseken – tapasztalatok ismertetése**
Kovács István
- 14:35-14:55 **Az egyetemi tanulmányokhoz szükséges könyvek vásárlásával kapcsolatos magatartásról**
Simon Judit – Veres Zoltán – Kemény Ildikó

13:15-14:55 EGÉSZSÉG- ÉS ÉLELMISZERMARKETING I. (TVK13)Üléselnök: *Lehota József*

- 13:15-13:35 **Az egészség- és környezettudatosság jellemzői a fogyasztók körében**
Barna Fédra Kinga – Szakály Zoltán
- 13:35-13:55 **Egészségtudatos magatartás a 14–25 év közötti fiatalok körében**
Kontor Enikő – Szakály Zoltán – Soós Mihály – Kiss Marietta
- 13:55-14:15 **A partnerkapcsolat aktuális kérdései a terméktanúsítási szolgáltatások terén - Élelmiszeripari FMCG termékek esete a fenntartható ellátási láncban**
Gröger Nóra – Vágási Mária
- 14:15-14:35 **A szülők hatása a középiskolás diákok egészségtudatos táplálkozására**
Kiss Virág Ágnes – Szakály Zoltán
- 14:35-14:55 **Élelmiszerfogyasztói tudatosság vizsgálata Jász-Nagykun-Szolnok megyében**
Pólya Éva

14:55-15:25 KÁVÉSZÜNET (TVK ÉPÜLET)**15:25-17:05 MARKETINGSTRATÉGIA (TVK04)**Üléselnök: *Józsa László*

- 15:25-15:45 **A nemzetközi diverzifikáció hatása az európai kiskereskedelmi vállalatok innovációs tevékenységére és teljesítményére**
Agárdi Irma – Alt Mónika Anetta – Berezvai Zombor
- 15:45-16:05 **Marketingstratégiai döntéshozást támogató technológiai úttérkép modelljének fejlesztése**
Bíró-Szigeti Szilvia – Pataki Béla – Bakó Ágnes Luca
- 16:05-16:25 **Offline / online generált leadek hatékonysága az értékesítési folyamatban a B2B piacokon**
Hubert József
- 16:25-16:45 **Marketing menedzserek és a vállalati információrendszerek. Sikertényezők és a tulajdonosi struktúra moderáló hatása**
Keszey Tamara – Katona Ádám
- 16:45-17:05 **Értékesítés és marketing részlegek együttműködésének hatása a termékfejlesztésre**
Keszey Tamara – Katona Ádám

15:25-17:05 FOGYASZTÓI MAGATARTÁS II. (TVK104)Üléselnök: *Bányai Edit*

- 15:25-15:45 **A helykötődést előmozdító tényezők vizsgálata a nemzeti parkokban**
Kasza-Kelemen Kata
- 15:45-16:05 **A márkaközösségek pszichológiai érzetének vizsgálata egy zenei fesztivál esetén**
Kazár Klára
- 16:05-16:25 **Mese, mese, tárca: Pénzügyi értékek a népmesékben**
Mitev Ariel – Zsótér Boglárka
- 16:25-16:45 **A hungarikumok szerepe a hitelesség és az értékmegőrzés területén a Magyarországra látogató turisták szemszögéből**
Monostori Katalin
- 16:45-17:05 **A húsfogyasztási szokások összefüggése az evési attitűdökkel és az önértékeléssel**
Nábrádi Zsófia – Szakály Zoltán – Kovács Sándor

15:25-16:25 Non-BUSINESS MARKETING II. (TVK10)Üléselnök: *Dinya László*

- 15:25-15:45 **Stakeholder attitűdök vizsgálata a magyar atlétikában**
Hargitai Dávid Máté
- 15:45-16:05 **Japán és magyar kulturális különbségek az egyetemi szabadalmaztatásban**
Huszár Sándor
- 16:05-16:25 **Külföldi hallgatói motivációk, elvárások és jövőbeli tervek. Miért fontos ezek ismerete a magyar felsőoktatás számára?**
Kéri Anita – Hetesi Erzsébet

15:25-17:05 OKTATÁSMÓDSZERTANI KEREKASZTAL (TVK12)

Üléseknök: Kenesei Zsófia

A panel résztvevő: Bernschütz Mária, Gombos Szandra, Kolos Krisztina, Kovács István

A kerekasztal beszélgetés során az EMOK Oktatásmódszertani versenyének pályázói segítségével panelbeszélgetést folytatunk a marketingoktatás kihívásairól. A kerekasztal-beszélgetésre várunk mindenkit, akit érdekel, hogy milyen eszközökkel lehet a mai kor igényeinek megfelelő oktatási technikákat kidolgozni, és melyek azok az eszközök, amelyekkel a legsikeresebben tudjuk hallgatóinkat bevonni az oktatás közös értékeremtésébe.

15:25-17:05 EGÉSZSÉG- ÉS ÉLELMISZERMARKETING II. (TVK13)

Üléseknök: Kontor Enikő

- | | |
|-------------|---|
| 15:25-15:45 | Fogyasztási szokások a lisztérzékenyek körében, és a finom gluténmentes kenyér története: a Glulu márkaépítése
<i>Prokisch Lilla</i> |
| 15:45-16:05 | A fenntartható élelmiszerfogyasztás hazai jellemzőinek vizsgálata
<i>Kovács Ildikó – Lehota József – Komáromi Nándor</i> |
| 16:05-16:25 | Hiteles és értékvezérelt marketing az élelmiszerkereskedelemben
<i>Hernádi László – Csapóné Riskó Tünde</i> |
| 16:25-16:45 | Az élelmiszeripari vállalkozások versenyelőnyeinek vizsgálata a piacorientáció tükrében*
<i>Kovács Bence – Szakály Zoltán – Polereczki Zsolt</i>
<small>*eredetileg a „Marketingstratégia” szekcióban szerepel</small> |
| 16:45-17:05 | Termelői tulajdonú marketing szervezetek-szövetkezetek versus gazdasági társaságok: értékesítési csatornaválasztás a magyar mezőgazdaságban
<i>Szabó G. Gábor – Baranyai Zsolt</i>
<small>*eredetileg a „Marketingstratégia” szekcióban szerepel</small> |

18:00-TÓL TRANSZFER A VACSORA HELYSZÍNÉRE
19:00-TÓL VACSORA ÉS ESTI PROGRAM (MEGLEPETÉS)
09:00-10:40 FOGYASZTÓI MAGATARTÁS III. (TVK104)

Üléseknök: Pavluska Valéria

- | | |
|-------------|--|
| 09:00-09:20 | Én-tudat és mi-tudat a felnőtté válás idején
<i>Neulinger Ágnes – Nógrádi-Szabó Zoltán</i> |
| 09:20-09:40 | Fogyasztói magatartás vizsgálata az étrend-kiegészítők piacán
<i>Németh Nikolett – Lehota József – Gyenge Balázs</i> |
| 09:40-10:00 | Milyen kultúrafogyasztók a magyarok? – A hazai kultúrafogyasztás mintázatai
<i>Pavluska Valéria</i> |
| 10:00-10:20 | Értékkutatások - a fiatalok számára fontos értékek
<i>Pál Eszter</i> |
| 10:20-10:40 | Az ügyfél megtartás növelése szolgáltatás-kivezetés esetén
<i>Somosi Ágnes – Kolos Krisztina</i> |

09:00-10:40 DIGITÁLIS MARKETING (TVK10)

Üléseknök: Horváth Dóra

- | | |
|-------------|---|
| 09:00-09:20 | Z generációs fiatalok tartalom előállítás szegmensei
<i>Bernschütz Mária – Pethes Barbara</i> |
| 09:20-09:40 | Vállalatok a közösségi médiában
<i>Bányai Edit</i> |
| 09:40-10:00 | Sharing economy modell terjedése és hatása a vásárlói magatartásra
<i>Buda Gabriella – Lehota József</i> |
| 10:00-10:20 | A hazai tej- és hússzektor online marketing tevékenységének elemzése
<i>Fehér András – Szakály Zoltán</i> |
| 10:20-10:40 | Az ügyfélértékelési modellek szájreklámmal történő bővítésének irányai, eredményei
<i>Nagy Ákos – Szűcs Krisztián – Kemény Ildikó – Simon Judit</i> |

09:00-10:20 MARKETINGKUTATÁS (TVK12)

Ülésezők: Neulinger Ágnes

- 09:00-09:20 **Élményközpontú szolgáltatásérték-teremtés a romkocsmákban**
Kelemen-Erdős Anikó – Mitev Ariel
- 09:20-09:40 **Preferencia-alapú termékválasztási magatartás kísérletes instore kutatása szemkamera segítségével**
Pethő Beáta – Veres Zoltán – Bátor Attila – Tarján Tamás
- 09:40-10:00 **Online fogyasztói csoportok azonosítása az egészségtudatos táplálkozás terén netnográfiai kutatással**
Gál Tímea – Soós Mihály – Szakály Zoltán
- 10:00-10:20 **A kapcsolati képességek hatása az üzleti kapcsolatok eredményességére**
Vilmányi Márton – Hetesi Erzsébet

09:00-10:40 FOGYASZTÓI MAGATARTÁS IV. (TVK13)

Ülésezők: Kiss Marietta

- 09:00-09:20 **A fogyasztói márkakötődés mozgatórugói: A márkaszeretet koncepciója**
Tamasits Dóra – Prónay Szabolcs
- 09:20-09:40 **A Z generáció státuszfogyasztása szociológiai és marketing megközelítésben**
Vincze Dalma
- 09:40-10:00 **Funkcionális élelmiszerek bevezetését megelőző vásárlói és dolgozói megkérdezés**
Zsótér Brigitta
- 10:00-10:20 **CSR a helyi közösségért, mint az értékteremtés eszköze***
Ásványi Katalin
*eredetileg a „Non-Business marketing” szekcióban szerepel
- 10:20-10:40 **A pálinkafogyasztási szokások változása**
Tóth Gedeon – Zarándné Vámosi Kornélia – Hlédik Erika

10:40-11:10 KÁVÉSZÜNET (TVK ÉPÜLET)**11:10-11:40 EMOK BESZÁMOLÓ (TVK104)****11:40-12:10 A KONFERENCIA ZÁRÁSA – DÍJAK ÁTADÁSA (TVK104)****12:10-13:10 EBÉD (ÁGRÁR ÉTTEREM)****ELEKTRONIKUS POSZTER SZEKCIÓ (TVK05)****DIGITÁLIS MARKETING**Hazai online kereskedelem és online vásárlási szokások
*Veres István***NON-BUSINESS MARKETING**Az önkormányzati közüzemek a piaci orientációs modell tükrében
*Józsa Tamás***FOGYASZTÓI MAGATARTÁS**Élelmiszer kiskereskedelem strukturális átalakulásának hatása a vásárlási szokásokra különös tekintettel az üzletválasztásra
*Földi Kata*Az e-kereskedelem trendjei és az alkalmazkodó fogyasztói szokások
*Hajdú Noémi*A Tokaj-Hegyaljai borfesztiválok hatása a régió marketingjére, turizmusára
*Szakál Zoltán - Siska Eszter***PHD KOLLOKVIUM**Kapcsolati marketing hatékonysága, a co-creation eredményessége és a vállalatra gyakorolt hatása, különös tekintettel az innovációra
Papp Adrienn

