

„Marketing megújulás”

Marketing Oktatók Klubja
20. Konferenciája



**SZEGEDI TUDOMÁNYEGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**

2014. augusztus 27–29.

A konferencia helyszínei

- A konferenciát megnyitó plenáris előadások a Szegedi Tudományegyetem Központi Épületében, a díszteremben lesznek
Szeged, Dugonics tér 13.
- A szekcióprogramok és a doktori kollokvium az SZTE Gazdaságtudományi Kar főépületében lesznek
Szeged, Kálvária sgt. 1.

Program áttekintés

2014. augusztus 27. (szerda) – Helyszín: SZTE GTK

14.00-16:00 Doktori kollokvium

2014. augusztus 28. (csütörtök)

09.00–10.00 regisztráció – Helyszín: SZTE Központi épület

10.00–11.45 Megnyitó – plenáris ülés – Helyszín: SZTE Központi épület

11.45–13.15 Ebéd – Helyszín: SZTE Központi épület

13.30–15.10 Szekcióülések 1. – Helyszín: SZTE GTK

15.10–15.30 Kávészünet – Helyszín: SZTE GTK

15.30–16.50 Szekcióülések 2. – Helyszín: SZTE GTK

17.45 Transzfer a vacsora helyszínére

18.30 Vacsora és esti program

2014. augusztus 29. (péntek)

09.00–11.00 Szekcióülések 3. – Helyszín: SZTE GTK

11.00–11.30 Kávészünet – Helyszín: SZTE GTK

11.30–13.00 Marketing Oktatók és Kutatók –

Egyesület alakuló taggyűlés és konferencia zárás – Helyszín: SZTE GTK

Infopontok

- A konferencia ideje alatt a GTK bejáratánál végig információs pult működik.
- A konferencia honlapján találnak további részletes információkat közlekedésről, parkolásról, helyszínekről:
www.eco.u-szeged.hu/mok2014

Wifi

(csak a GTK épületében érhető el):

Felhasználónév: konferencia@eco.u-szeged.hu

Jelszó: **zv20140315**

Az információs pultnál további segítséget kaphat a wifi beállításában.

2014. AUGUSZTUS 27. SZERDA

PhD kollokvium

(SZTE GTK KO108. terem

Szeged, Kálvária sgt. 1.)

14.00–16.00

Szakértői, tutori testület:

Rekettye Gábor, Pécsi Tudományegyetem

Simon Judit, Budapesti Corvinus Egyetem

Hetesi Erzsébet, Szegedi Tudományegyetem

Előadások:

- *Szakó Tímea*: Etikus marketing
- *Kazár Klára*: Márkaközösség pszichológiai érzetének vizsgálata zenei fesztiválok esetén
- *Pap Katalin*: A referenciacsoportok hatása a 6–14 éves korosztály fogyasztói magatartására

2014. AUGUSZTUS 28. CSÜTÖRTÖK

09.00–10.00 Regisztráció

(SZTE Központi Épület

Szeged, Dugonics tér 13.)

10.00–11.45 Megnyitó – plenáris ülés

Helye: SZTE Központi Épület

Szeged, Dugonics tér 13.

Díszterem (2.emelet)

Szabó Gábor a Szegedi

Tudományegyetem rektora

Piskóti István MOK elnök

Hetesi Erzsébet főszervező

Az MTA Gazdálkodástudományi Bizottság, Marketingtudományi Albizottsága Publikációs Nívódíj átadása – *Rekettye Gábor*, az MTA Gazdálkodástudományi Bizottság alelnöke, a Marketingtudományi Albizottság elnöke, *Simon Judit*, a Marketingtudományi Albizottság titkára, *Veres Zoltán* a Publikációs Nívódíj Bizottság elnöke

Az Akadémiai Kiadó marketing szakkönyvtára – *Pomázi Gyöngyi*, *Vida Krisztina*

11.45–13.15 Ebéd

(SZTE Központi Épület

Szeged, Dugonics tér 13, Aula)

- *Vörös József*: A termelési és marketing funkció egymásra utaltságáról
- *Józsa László*: Marketingoktatás és kutatás Indiában és Új-Zélandon – Egy kutatói év tanulságai
- *Kozák Ákos*, *Veres Edit*: Társadalom és rétegződés

13.30–15.10 SZEKCIÓÜLÉSEK 1.

(SZTE GTK, Szeged, Kálvária sgt. 1.)

KÖZÖSSÉGEK, MÁRKA, IDENTITÁS

Helye: KO101. terem

Szekcióelnök: *Ercsey Ida, Széchenyi István Egyetem*

- *Fehér Katalin*: Selfie és ussie: reputáció, kontroll, digitális identitás
- *Ercsey Ida*: Közös az értékteremtés a kulturális szektorban?
- *Kazár Klára*: Fesztivállátogatást befolyásoló tényezők vizsgálata fókuszálva a márka szerepére
- *Prónay Szabolcs, Hetesi Erzsébet*: A márkákhoz való kötődés szerepe a csoporttudatban
- *Soós Mihály, Szabó Sára, Szakály Zoltán*: A testtömeg-menedzselés során igénybevett és hitelesnek tartott információforrások

BUSINESS MARKETING – KKV

Helye: KO108. terem

Szekcióelnök: *Berács József, Budapesti Corvinus Egyetem*

- *Kopcsay László*: Az élelmiszer kiskereskedelmi hálózatok megújuló stratégiái Magyarországon, 2014-ben
- *Gáti Mirkó*: A kis- és középvállalati marketing értelmezési tartománya – hogyan azonosítják és jellemzik marketingtevékenységüket a hazai kis- és középvállalatok?
- *Nagy Gábor, Berács József*: Hogyan allokálják stratégiai erőforrásait a kis- és közepes méretű vállalatok gazdasági válság idején a teljesítmény növelése érdekében?

FOGYASZTÓI MAGATARTÁS I.

Helye: KO410. terem

Szekcióelnök: *Totth Gedeon, Budapesti Gazdasági Főiskola*

- *Molnár László, Kása Richárd*: Pénzüntézet perzepciók a közép-magyarországi és az észak-magyarországi fogyasztók körében
- *Totth Gedeon, Harsányi Dávid*: A megújulás szükségessége a hazai borászatok marketing tevékenységében
- *Pólya Éva*: Gyermekek édességfogyasztás és vásárlás esetében betöltött szerepének vizsgálata, a lehetséges meggyőzési stratégiák feltárása
- *Gyulavári Tamás, Hubert József*: A hatásosság és hatékonyság fogalmainak értelmezése online vs. offline kampányok keretében
- *Piskóti Marianna*: A környezeti kötődés meghatározása és kapcsolata a környezeti attitűddel

A MARKETING OKTATÁS
MÓDSZERTANI MEGOLDÁSAI
ÉS TAPASZTALATAI

Helye: KO411. terem

Szekcióelnök: *Sasné Grósz Annamária, Pannon Egyetem*

- *Sasné Grósz Annamária, Hargitai Dávid Máté*: Magyar hallgatók nemzetközi környezetben – Sikerkritériumok
- *Gulyásné dr. Kerekes Rita, Hajdú Noémi*: Irányított esettanulmányok a gyakorlatorientált oktatás szolgálatában
- *Kiss Marietta, Kun András István*: A jelzési hipotézis vizsgálata a felsőoktatási marketingben
- *Domán Szilvia, Tamus Antalné, Dinya László*: Jövőbeli elvárások és jelenlegi tapasztalatok a felsőoktatás hallgatói körében
- *Kun András István, Svantner Bernadett*: Beiskolázási nyílt napok a felsőoktatási marketingben – egy felmérésorozat tanulságai

15.10–15.30 Kávészünet

(SZTE-GTK, Szeged, Kálvária sgt. 1.Aula)

15.30-16.50 SZEKCIÓÜLÉSEK 2.

(SZTE GTK, Szeged, Kálvária sgt. 1.)

NON-BUSINESS MARKETING I. –
ÖNKÉNTESSÉG

Helye: KO101. terem

Szekcióelnök: Hofmeister-Tóth Ágnes,
Budapesti Corvinus Egyetem

- *Csovcsics Andrea, Hetesi Erzsébet*: Az egyéni önkéntesség motivációinak feltárása és azok marketing vonatkozása
- *Dudás Katalin, Szakó Tímea*: Az önkéntes egyszerűsítők fogyasztói magatartása – Az ökofalvak esete
- *Hofmeister-Tóth Ágnes, Kasza-Kelemen Kata, Piskóti Marianna*: Másokért tenni – Önkéntesség Magyarországon
- *Eisingerné Balassa Boglárka, Gábora Bernadett*: Most mutasd meg! Önkéntesek bevonásának lehetőségei a győri EYOF kapcsán

BUSINESS MARKETING – INNOVÁCIÓ

Helye: KO108. terem

Szekcióelnök: Piskóti István, Miskolci
Egyetem

- *Hajdú Noémi, Papp Adrienn*: Co-creation controlling, mint az innováció-controlling része
- *Agárdi Irma*: Többcsatornás értékesítés, mint dinamikus képesség
- *Piskóti István*: Kooperációs kompetencia innovációs hatásai – marketingteendők

FOGYASZTÓI MAGATARTÁS II.

Helye: KO410. terem

Szekcióelnök: Veres Zoltán, Pannon
Egyetem

- *Lendvai Edina, Czibolya Anita*: A hízott libamáj fogyasztásának aktuális kérdései
- *Földi Kata*: Magyar származás szerepe a kereskedelmi márkás élelmiszerek márkaválasztására Kelet-Magyarországon
- *Veres Zoltán, Platz Petra, Hámornik Balázs Péter, Tarján Tamás*: A fogyasztói preferenciaváltozások lehetséges okai
- *Sasné Grósz Annamária, Urbán Ákos*: Magyarok a határon túl

BUSINESS MARKETING – MENEDZSMENT

Helye: KO411. terem

Szekcióelnök: Hetesi Erzsébet, Szegedi
Tudományegyetem

- *Huszár Sándor, Prónay Szabolcs, Buzás Norbert*: Egyetemi kutatók attitűdje a találmány hasznosításra vonatkozóan
- *Gröger Nóra, Vágási Mária*: Terméktanúsítási szolgáltatások vizsgálata a szolgáltató-megrendelő partnerkapcsolat tényezői alapján – A minőséget tanúsító szolgáltatás minősége
- *Simon Norbert*: Marketing és értékesítés a napi gyakorlatban – Medikémia Zrt.
- *Berki Viktor, Hetesi Erzsébet, Révész Balázs*: Az üzleti kapcsolatok csatornái: mire való az információs technológia?

17.45 Busz indulása a vacsora helyszínére

Találkozó hely 1: Hotel Novotel
(Szeged, Maros utca 1.) Főbejárat előttTalálkozó hely 2: SZTE-GTK
(Szeged, Kálvária sgt. 1.) Főbejárat előttTalálkozó hely 3: Móra kollégium
(Új-Szeged, Középfasor 33), Főbejárat előtt

18.30–23:00 Vacsora és esti program

Helyszín: Majoros Tanya, Ásotthalom
Szabadtéri program – melegebb ruházat javasolt

2014. AUGUSZTUS 29. PÉNTEK

9.00-11.00 SZEKCIÓÜLÉSEK 3.

(SZTE GTK, Szeged, Kálvária sgt. 1.)

NON-BUSINESS MARKETING II.

Helye: KO101. terem

Szekcióelnök: Dinya László, Szegedi

Tudományegyetem

- *Dinya László*: Fenntarthatósági kihívások és társadalmi marketing
- *Ásványi Katalin*: A komolyzene támogatásának legújabb trendje
- *Kenesei Zsófia, Bernschütz Mária*: A zöldmarketing alkalmazásának lehetőségei a reklámokban
- *Neulinger Ágnes, Piskóti Marianna*: Fiatal véleményvezérek a családban, azaz a fiatal felnőttek befolyása a család környezettudatosságára
- *Gulyásné dr. Kerekes Rita*: Civil szervezetek kommunikációs kihívásai
- *Irimiás Anna, Michalkó Gábor, Mitev Ariel*: Halászkirályok hullámhosszán: Idősek vallási eseményekhez kapcsolódó élményei

INFORMÁCIÓS TECHNOLÓGIA
A MARKETINGBEN

Helye: KO411. terem

Szekcióelnök: Konczosné dr. Szombathelyi Márta, Széchenyi István Egyetem

- *Konczosné Szombathelyi Márta*: A megújuló hírnév
- *Nagy Ákos, Kemény Ildikó, Szűcs Krisztián, Simon Judit*: Az online vásárlást befolyásoló tényezők vizsgálata, különös tekintettel az elektronikus szájreklám hatására
- *Horváth Dóra, Mitev Ariel Zoltán, Bauer András*: Mondjam vagy mutassam? Vizuális és verbális információ-feldolgozási preferenciák alakulása 10 év távlatában
- *Kemény Ildikó, Simon Judit, Ugray Zsolt*: Te továbbajánlanád? Az offline és online továbbajánlási szándék alakulása az e-kiskereskedelemben
- *Markos-Kujbus Éva, Csordás Tamás, Kiss Tünde*: Fogyasztók a vállalatok ellen? – Negatív online szájreklám virtuális kereskedelmi közösségekben
- *Kolos Krisztina, Kenesei Zsófia, Somosi Ágnes*: Idősebb fogyasztók technológiai kompetenciáinak meghatározó tényezői.

MARKETINGKUTATÁSI TRENDK

Helye: KO410. terem

Szekcióelnök: Simon Judit, Budapesti

Corvinus Egyetem

- *Varga Ákos, Simon Judit, Horváth Dóra, Pintér Attila*: Az érzelmek és az agy – fókuszban a neuromarketing kutatás
- *Szűcs Krisztián*: Válaszadási hajlandóságot befolyásoló attitűdök
- *Kovács Péter, Révész Balázs*: A pénzügyi kultúra és attitűd mérése
- *Hargitai Dávid Máté*: Komplex sportszolgáltatás értékelés a magyar atlétikában
- *Huszka Péter, Süle Edit*: Egészséges életmód kontra alkoholfogyasztás, – egy empirikus kutatás eredménye a bécsi (WU) és a győri (SZE) egyetemen II.
- *Polereczki Zsolt*: Neuromarketing – A fogyasztói magatartás vizsgálatának új lehetőségei

FOGYASZTÓI MAGATARTÁS III.

Helye: KO108. terem

Szekcióelnök: Töröcsik Mária, Pécsi

Tudományegyetem

- *Kincsesné Vajda Beáta*: Páciens-szegmensek jellemzői és ezek jelentősége a társadalmi marketingben
- *Szabó Sára, Szigeti Orsolya, Soós Mihály, Szakály Zoltán*: Az élelmiszerfogyasztás mögöttes dimenziói: étkezési és testi attitűdök kapcsolata
- *Jasák Helga, Fehér András, Szakály Zoltán*: Fogyasztói preferenciák és attitűdök hagyományos és tájjellegű élelmiszerekkel kapcsolatban
- *Töröcsik Mária*: ...már megint más a fogyasztó
- *Kajos Attila*: A sportmarketing helye és szerepe a magyar és nemzetközi tudományos életben

11.00–11.30 Kávészünet (SZTE-GTK, Szeged, Kálvária sgt. 1.Aula)

11.30–13.00 Marketing Oktatók és Kutatók – Egyesület alakuló taggyűlés és konferencia zárás

(SZTE-GTK, Szeged, Kálvária sgt. 1., 007-es terem)

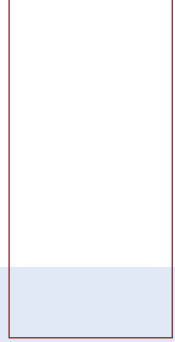
13.00–14.00 Ebéd (SZTE-GTK, Szeged, Kálvária sgt. 1.Aula)

NÉV SZERINTI ÁTTEKINTŐ

Név	Intézmény	Szekció
Agárdi Irma	BCE	Business marketing – Innováció
Ásványi Katalin	BCE	Non-business marketing II.
Bauer Anás	BCE	Információs technológia a marketingben
Berács József	BCE	Business marketing – KKV
Berki Viktor	SZTE	Business marketing – menedzsment
Bernschütz Mária	Edutus	Non-business marketing II.
Buzás Norbert	SZTE	Business marketing – menedzsment
Czibolya Anita	SZTE	Fogyasztói magatartás II.
Csordás Tamás	BCE	Információs technológia a marketingben
Csovcsics Andrea	SZTE	Non-business marketing I. – Önkéntesség
Dinya László	SZTE	A marketing oktatás módsz., Non-business II.
Domán Szilvia	KRF	A marketing oktatás módszer
Dudás Katalin	PTE	Non-business marketing I. – Önkéntesség
Eisingerné Balassa B	SZE	Non-business marketing I. – Önkéntesség
Ercsey Ida	SZE	Közösségek, márka, identitás
Fehér András	DE	Fogyasztói magatartás III.
Fehér Katalin	BGF	Közösségek, márka, identitás
Földi Kata	SZF	Fogyasztói magatartás II.
Gábor Bernadett	SZE	Non-business marketing I. – Önkéntesség
Gáti Mirkó	BCE	Business marketing – KKV
Gróger Nóra	SGS	Business marketing – menedzsment
Gulyásné Kerekes Rita	ME	A marketing oktatás módsz., Non-business II.
Gyulavári Tamás	BCE	Fogyasztói magatartás I.
Hajdú Noémi	ME	A marketing okt. módsz., Business mark. – Innováció
Hámornik Balázs Péter	BME	Fogyasztói magatartás II.
Hargitai Dávid Máté	PE	A marketing okt. módsz., Marketingkutatói trendek
Harsányi Dávid	BGF	Fogyasztói magatartás I.
Hetesi Erzsébet	SZTE	Non-business I., Business mark.- men., Közösségek
Hofmeister-Tóth Ágnes	BCE	Non-business marketing I. – Önkéntesség
Horváth Dóra	BCE	Marketingkutatói trendek, Inf.Tech. a marketingben
Hubert József	BCE	Fogyasztói magatartás I.
Huszár Sándor	SZTE	Business marketing – menedzsment
Huszka Péter	SZE	Marketingkutatói trendek
Irimiás Anna	Kodolányi	Non-business marketing II.
Jasák Helga	DE	Fogyasztói magatartás III.
Józsa László	SZE	Plenáris ülés
Kajos Attila	PTE	Fogyasztói magatartás III.
Kása Richárd	BGF	Fogyasztói magatartás I.
Kasza-Kelemen Kata	BCE	Non-business marketing I. – Önkéntesség
Kazár Klára	SZTE	Közösségek, márka, identitás, PhD kollokvium
Kemény Ildikó	BCE	Információs technológia a marketingben
Kenesei Zsófia	BCE	Non-business marketing II., Inf.tech. a marketingben
Kincsesné Vajda B	SZTE	Fogyasztói magatartás III.
Kiss Marietta	DE	A marketing oktatás módszertani megoldásai
Kiss Tünde	BCE	Információs technológia a marketingben
Kolos Krisztina	BCE	Információs technológia a marketingben

NÉV SZERINTI ÁTTEKINTŐ

Név	Intézmény	Szekció
Konczosné Szombathelyi M.	SZE	Információs technológia a marketingben
Kopcsay László	BGF	Business marketing – KKV
Kovács Péter	SZTE	Marketingkutatói trendek
Kozák Ákos	BGF	Plenáris ülés
Kun Anás István	DE	A marketing oktatás módszertani megoldásai
Lendvai Edina	SZTE	Fogyasztói magatartás II.
Markos-Kujbus Éva	BCE	Információs technológia a marketingben
Michalkó Gábor	MTA CSFK	Non-business marketing II.
Mitev Ariel Zoltán	BCE	Inf.tech. a marketingben, Non-business marketing II.
Molnár László	ME	Fogyasztói magatartás I.
Nagy Ákos	PTE	Információs technológia a marketingben
Nagy Gábor	BCE	Business marketing – KKV
Neulinger Ágnes	BCE	Non-business marketing II.
Pap Katalin	SZTE	PhD kollokvium
Papp Adrienn	ME	Business marketing – Innováció
Pintér Attila	KE	Marketingkutatói trendek
Piskóti István	ME	Business marketing – Innováció
Piskóti Marianna	BCE	Non-business I. Non-business II., Fogyasztói mag. I.
Platz Petra	SZE	Fogyasztói magatartás II.
Polereczki Zsolt	DE	Marketingkutatói trendek
Pólya Éva	SZF	Fogyasztói magatartás I.
Prónay Szabolcs	SZTE	Business mark. – men., Közösségek, márka, identitás
Révész Balázs	SZTE	Business mark. – men., Marketingkutatói trendek
Sasné Grósz Annamária	PE	A marketing oktatás módsz., Fogyasztói mag. II.
Simon Judit	BCE	Inf. tech. a marketingben, Marketingkutatói trendek
Simon Norbert	Medikémia	Business marketing – menedzsment
Somosi Ágnes	BCE	Információs technológia a marketingben
Soós Mihály	DE	Közösségek, márka, identitás, Fogyasztói mag. III.
Süle Edit	SZE	Marketingkutatói trendek
Svantner Bernadett	Nat.Inst.Hu.	A marketing oktatás módszertani megoldásai
Szabó Sára	KE	Közösségek, márka, identitás; Fogyasztói mag. III.
Szakály Zoltán	DE	Fogyasztói mag. III., Közösségek, márka, identitás
Szakó Tímea	PTE	Non-business marketing I. PhD kollokvium
Szigeti Orsolya	DE	Fogyasztói magatartás III.
Szűcs Krisztián	PTE	Inf. Tech. a marketingben, Marketingkutatói trendek
Tamus Antalné	KRF	A marketing oktatás módszertani megoldásai
Tarján Tamás	BGF	Fogyasztói magatartás II.
Toth Gedeon	BGF	Fogyasztói magatartás I.
Töröcsik Mária	PTE	Fogyasztói magatartás III.
Ugray Zsolt	Utah S.U.	Információs technológia a marketingben
Urbán Ákos	PE	Fogyasztói magatartás II.
Vágási Mária	BME	Business marketing – menedzsment
Varga Ákos	BCE	Marketingkutatói trendek
Veres Edit	ME	Plenáris ülés
Veres Zoltán	PE	Fogyasztói magatartás II.
Vörös József	PTE	Plenáris ülés



A konferencia lebonyolítását támogatták:

AKADÉMIAI KIADÓ



SZEGEDI SZEFO ZRT.

