

TÜKRÖZŐDÉS

TÁRSTUDOMÁNYOK
TRENDEK, FOGYASZTÁS

emok

XXIII. ORSZÁGOS KONFERENCIA
PÉCS, 2017. AUGUSZTUS 28-30.

TANULMÁNYKÖTET

EGYESÜLET A MARKETING OKTATÁSÉRT ÉS KUTATÁSÉRT (EMOK)

XXIII. ORSZÁGOS KONFERENCIA TÜKRÖZŐDÉS, TÁRSTUDOMÁNYOK, TRENDEK, FOGYASZTÁS

Felelős kiadó

Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar
7622 Pécs, Rákóczi út 80.

Szerkesztőség

Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar,
Turizmus és Marketing Intézet
7622 Pécs, Rákóczi út 80.

Kapcsolattartó

Dr. Lányi Beatrix, egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem,
Közgazdaságtudományi Kar, Turizmus és Marketing Intézet,
Tel: +36 72 501 599/3182, e-mail: emok2017@kttk.pte.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. Rekettye Gábor
Dr. Révész Balázs
Dr. Simon Judit
Dr. Szakály Zoltán
Dr. Szűcs Krisztián
Dr. Törőcsik Mária
Dr. Veres Zoltán

Szerkesztők

Dr. Bányai Edit
Dr. Lányi Beatrix
Dr. Törőcsik Mária

ISBN 978-963-429-146-6

Pécs
2017

TARTALOMJEGYZÉK

| | |
|------------|---|
| I. | Az élményvágyó fogyasztó – a turizmus ma |
| II. | Fogyasztói magatartás – a jövő fogyasztója, a jövő szervezete |
| III. | Gasztrokultúra – élelmiszerek, étkezés, vendéglátás, kommunikáció |
| IV. | Kereskedelmi cégek marketingmegoldásai |
| V. | Kultúramarketing |
| VI. | Marketingkommunikáció – offline-online működés |
| VII. | Marketingmegoldások a szervezeti piacon |
| VIII. | Marketingmérés, módszertani felvetések |
| IX. | Nonbusiness marketingmegoldások |
| X. | Társtudományok integrálása a marketingbe |
| XI. | PhD kollokvium |

II. SZEKCIÓ

FOGYASZTÓI MAGATARTÁS – A JÖVŐ FOGYASZTÓJA, A JÖVŐ SZERVEZETE

- Buda Gabriella – Pethes Barbara – Lehota József:**
Mennyire tudatosak a vásárlók az együttműködő fogyasztás világában 86. oldal
- Debreceni János – Hofmeister-Tóth Ágnes:**
A tinédzserek anyagi jellemvonásai, az egyéni értékek és a közösségi média használat összefüggései 97. oldal
- Nábrádi Zsófia – Polereczky Zsolt:**
Sportmotiváció és attitűdök vizsgálata aktív sportfogyasztó felnőttek körében 107. oldal
- Nógrádi-Szabó Zoltán – Neulinger Ágnes:**
Értékek és életmód generációs megközelítésben: a Z generáció 115. oldal
- Tamasits Dóra – Prónay Szabolcs:**
"Nem a párom, csak a haverom"
-a fogyasztó-márka közötti viszonyok feltáró vizsgálata 122. oldal
- Veres Zoltán – Tarján Tamás:**
A fogyasztói termékválasztási döntések tudatosság-véletlenség kontinuum 132. oldal
- Vincze Dalma:** *A Z generáció státuszfogyasztása* 140. oldal
- Zsótér Boglárka – Bauer András:**
Intergenerációs hatások a családban
-az anyagiasság vizsgálata egyetemisták és szüleik körében 151. oldal