

50908
3FI MSZ

Marketing & Menedzsment

The Hungarian Journal of Marketing and Management

2018 SZEPT 19



**Az értékesítők az új marketingesek?
Avagy a marketing hatalmának hatása az
értékesítés szerepére a termékfejlesztésben**

**Mire jó a CSR? Hazai vállalati csoportok
a felelősség mentén és reálopciók elemzésük**

**A közösségi média mindenek felett?
A technológiahasználat, valamint a közösségi
média használatának hatása a vevőkapcsolati
teljesítményre a személyes értékesítésben**

**Kapcsolati kommunikáció és kapcsolati
sikeresség az üzleti piacokon**

**Intergenerációs hatások a családban –
az anyagiasság vizsgálata egyetemisták és
szüleik körében**

**Az Y generáció jellemzése evési magatartás
alapján a TFEQ segítségével**

**Árkommunikációs magatartás a hitel-
reklámokban – Magyarország és Románia
esete**

**Spin-off vállalkozás indítás motivációinak
és elősegítő tényezőinek összehasonlítása
férfi és női kutatók körében**



PÉCSIKÖZGÁZ

EGYESÜLET
A MARKETING OKTATÁSÉRT
ÉS KUTATÁSÉRT

emok

LII. évfolyam, EMOK különszám



www.mm.ktk.pte.hu

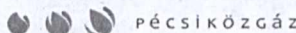
Tartalom

LII. évfolyam, EMOK különszám

<i>Keszey Tamara – Katona Ádám</i> Az értékesítők az új marketingesek? Avagy a marketing hatalmának hatása az értékesítés szerepére a termékfejlesztésben	1	<i>Zsótér Boglárka – Bauer András</i> Intergenerációs hatások a családban – az anyagiasság vizsgálata egyetemisták és szüleik körében	43
<i>Putzer Petra – Csapi Vivien</i> Mire jó a CSR? Hazai vállalati csoportok a felelősség mentén és reálációs elemzésük	10	<i>Dernóczy-Polyák Adrienn – Keller Veronika – Ercsey Ida</i> Az Y generáció jellemzése evési magatartás alapján a TFEQ segítségével	52
<i>Gáti Mikló – Mitev Ariel Zoltán – Bauer András</i> A közösségi média mindenek felett? A technológiahasználat, valamint a közösségi média használatának hatása a vevőkapcsolati teljesítményre a személyes értékesítésben	20	<i>Sáplácan Zsuzsa – Alt Mónika Anetta – Berács József</i> Árkomunikációs magatartás a hitelreklámokban – Magyarország és Románia esete	63
<i>Hetesi Erzsébet – Kazár Klára – Révész Balázs</i> Kapcsolati kommunikáció és kapcsolati sikeresség az üzleti piacokon	31	<i>Huszár Sándor – Prónay Szabolcs – Buzás Norbert</i> Spin-off vállalkozás indítás motivációinak és elősegítő tényezőinek összehasonlítása férfi és női kutatók körében	74

Kiadja

Pécsi Tudományegyetem
University of Pécs



Szerkesztőbizottság elnöke | Rekettye Gábor, rekettye@ktk.pte.hu

Főszerkesztő | Szerb László, szerb@ktk.pte.hu

Szerkesztők | Farkas Szilveszter, farkas.szilveszter@uni-bge.hu | Szűcs Krisztián, szucs@ktk.pte.hu |

Vilmányi Márton, vilmanyi@eco.u-szeged.hu

Olvasószerkesztő | Fojtik János, fojtik@ktk.pte.hu

Lapigazgató | Csapi Vivien, csapiv@ktk.pte.hu

Asszisztens | Posza Alexandra, poszaa@ktk.pte.hu

ISSN 1219-0349

Szerkesztőség

PTE KTK

7622 Pécs, Rákóczi út 80.

Tel.: +36 72 500-599 / 23124

www.mm.ktk.pte.hu

Nyomdai előkészítés és munkálatok

Sz. K. Stúdió Kft.

Felölés vezető: Pilláry Gábor
7622 Pécs, Zsinkó István u. 3-5.

Telefon: +36 72 534-820

www.szkstudio.hu

Contents

Volume LII., EMOK special issue

<i>Tamara Keszezy – Ádám Katona</i> Are sales managers the new marketing managers? In other words: the effect of the power of marketing on the role of sale in product development	1
<i>Petra Putzer – Vivien Csapi</i> Why is CSR good for you? Hungarian clusters according to responsi- bility and a real options analysis	10
<i>Mirkó Gáti – Zoltán Mitev Ariel – András Bauer</i> Salespeople in the 21st century: general and the specific role of improving technology among salespeople What can social media do for customer retention?	20
<i>Erzsébet Hetesi – Klára Kazár – Balázs Révész</i> The role of personal relationships in business relationship success	31
<i>Boglárka Zsótér – András Bauer</i> Investigation of intergenerational effects regarding materialism among university students and their parents	43
<i>Adrienn Dernóczy-Polyák – Veronika Keller – Ida Ercesey</i> Characterizing Eating Behavior of Generation Y based on TFEQ	52
<i>Zsuzsa Säplácan – Anetta Mónika Alt – József Berács</i> Price disclosure behaviour in loan adver- tisements – the case of Hungary and Romania	63
<i>Sándor Huszár – Szabolcs Prónay – Norbert Buzás</i> Comparison of motivations and facil- itating factors of female and male academics' spin-off creation intention	74

Szerkesztőbizottság:

Balaton Károly
Miskolci Egyetem
Bélyácz Iván
Pécsi Tudományegyetem
Berács József
Pallas Athéné Egyetem,
Budapesti Corvinus Egyetem
Czakó Erzsébet
Budapesti Corvinus Egyetem
Dinya László
Szegedi Tudományegyetem
Gaál Zoltán
Pannon Egyetem
Hetesi Erzsébet
Szegedi Tudományegyetem
Józsa László
Széchenyi István Egyetem
Kállay László
Budapesti Corvinus Egyetem
Lehota József
Szent István Egyetem

Piskóti István
Miskolci Egyetem
Rappai Gábor
Pécsi Tudományegyetem
Rekettye Gábor
Pécsi Tudományegyetem
(a szerkesztőbizottság elnöke)
Simon Judit
Budapesti Corvinus Egyetem
Szerb László
Pécsi Tudományegyetem
(főszerkesztő)
Töröcsik Mária
Pécsi Tudományegyetem
Török Ádám
Pannon Egyetem
Ulbert József
Pécsi Tudományegyetem
Veres Zoltán
Pannon Egyetem
Vörös József
Pécsi Tudományegyetem

Abby Ghobadian
Henley Business School,
University of Reading (UK)
Agnes Nagy
Babes-Bolyai Tudományegye-
tem, Kolozsvár (Románia)
Andrew C. Gross
Cleveland State University
(USA)
Bruno Grbac
University of Rijeka (Croatia)
Håkan Håkansson
BI Norwegian Business School,
Oslo (Norway)
John R. Schermerhorn
College of Business,
Ohio University (USA)
Jonathan Liu
Regent's College London (UK)
Zoltán J. Ács
George Mason University (USA)