

II. NEMZETKÖZI TURIZMUSMARKETING KONFERENCIA

Pécs, 2019. május 10.

TURIZMUS, FOGYASZTÁS, GENERÁCIÓK

PROGRAM

09:00-09:50 Regisztráció, büfé

09:50-11:00 Plenáris ülés (PTE KTK Aula)

Köszöntők

Felelősségteljes turizmus, felelősségteljes marketing

Dr. Rátz Tamara (*Tanszékvezető főiskolai tanár, Kodolányi János Egyetem*)

A vendégélményt befolyásoló tényezők azonosítása a budapesti fürdőkben

Dr. Jancsik András (*Oktatási rektorhelyettes, tanszékvezető, Budapesti Gazdasági Egyetem, Turizmus Tanszék*)

Nemturizmus és életstílus összefüggések

Dr. Töröcsik Mária (*egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*)

Dr. Csapó János (*egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*)

Konferencia információk

Dr. Gonda Tibor (*egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem*)

11:00-11:30 Kávészünet

11:30-13:30 Szekcióülések: 1-4. szekciók

13:30-14:30 Ebédszünet

14:30-16:30 Szekcióülések: 5-9. szekciók

16.30-16:45 Konferenciazárás (323-as terem)

SZEKCIÓK

- I. **A generációk magatartásának jellemzői a turizmusban** (terem B310)
- II. **Márkaépítés és pozicionálás a turizmusban** (terem B311)
- III. **A digitális kultúra és a technológia kihívásai a turizmusban** (terem B312)
- IV. **Új marketingkommunikációs eszközök a turizmusmarketingben** (terem B313)
- V. **Új célcsoportok igényeinek feltárása, a célcsoportok elérése** (terem B310)
- VI. **A felelős turizmus és a turisztikai eltartó képesség kérdései** (terem B311)
- VII. **Bor- és gasztroturizmus, a helyi értékek szerepe a turizmusban** (terem B312)
- VIII. **Sportturizmus és a turizmus további aktuális kérdései** (terem B314)
- IX. **Key drivers of competitiveness in the tourism industry** (terem B313)

I. SEKCIÓ

Terem: **B310**

A GENERÁCIÓK MAGATARTÁSÁNAK JELLEMZŐI A TURIZMUSBAN

Szekcióvezető: **Petykó Csilla**

**Süli Dorottya, Tóth Bettina, Nagy Gyula,
Martyin-Csamangó Zita:**

*Az utazással kapcsolatos attitűdök és vélemények
Magyarországról mint turisztikai desztinációról az Y és Z
generáció körében*

Kántor Szilvia:

*Kultúra fogyasztási szokások felsőoktatási intézményben
tanulók körében*

**Kolos Krisztina, Kenesei Zsófia, Kiss Kornélia, Kovács
Edina, Michalkó Gábor, Pinke-Sziva Ivett:**

*Generációk közötti interakciók a turizmusban: a kor-alapú
sztereotípiák hatása*

Gyuricza László, Péterfi Judit:

*Kulturális és helyi értékek mint motivációs tényezők a szenior
utazók körében*

**Formádi Katalin, Petykó Csilla, Szalók Csilla, Jusztin Márta,
Holczerné Szentirmai Ágnes:**

*Motivált utazók, inspiráció és élménykeresők – avagy az Y
generáció utazási szokásainak elemzése*

Kiss Kornélia, Hegedűs Sára:

*„Nekünk a Balaton”, A Balaton legemlékezetesebb gyermekkori
utazásokban való megjelenésének generáció-fókuszú
elemzése*

II. SEKCIÓ

Terem: B311

MÁRKAÉPÍTÉS ÉS POZICIONÁLÁS A TURIZMUSBAN

Szekcióvezető: **Piskóti István**

Nagy Dávid, Stefán Klára:

A turizmusfejlesztés területi szempontú értékelése Tolna megyében

Pinke-Sziva Ivett, Simon Judit, Szakály Orsolya:

Egy tematikus utca újrapozicionálása és márkázása Budapesten

Strack Flórián:

A hazai gyógyfürdők keresletorientált elemzése

Bódis Gábor:

Az insight jelentése a turisztikai márkázásban

Tóth Dávid:

Repülőterek, helyek, nem-helyek

Kucsera Emil:

Márkaépítés a Perzsa-öböl menti légitársaságok üzletpolitikájában

Piskóti István, Marien Anita:

Desztinációmá케팅 tervezése a Consumer-based brand equity koncepcióra épülő mérésekkel

III. SZEKCIÓ

Terem: **B312**

A DIGITÁLIS KULTÚRA ÉS A TECHNOLOGIA KIHÍVÁSAI A TURIZMUSBAN

Szekcióvezető: **Nagy Ákos**

Nagy Ákos, Gerdesics Viktória:

Utazzak vagy ne utazzak, ha már láttam?

Nod Gabriella, Pálfy Andrea, Aubert Antal:

Az egyéni utazásszervezés térnyerése a digitális társadalomban

Nagy Benedek:

A turizmusmarketing online felületei a Székelyföldön, összefüggések a valósággal

Horváth Gergely:

Az elégedettség szerepe, jelentősége a szállodai turisztikai szektorban. A vendéglégedettség szerepe a szállodai marketingben

Sulyok Judit, Hiezl Kitti:

Utazom és mesélek, Az utazók (e)WOM szerepe a Balatonnál

Szűcs Krisztián – Lázár Erika – Nagy Ákos:

Netnográfia a turizmus-kutatásban

IV. SEKCIÓ

Terem: **B313**

ÚJ MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK A TURIZMUSMARKETINGBEN

Szekcióvezető: **Dely-Gray Zsuzsa**

Kovács András, Lőrincz Attila, Papp Vanda, Veres István:

Influencer marketing a turizmusban, trendek és gyakorlat

Szűcs Judit:

A megfizethető utazás és a választás szabadsága - az alkalmazkodó turizmusmarketing

Lőrincz Katalin, Raffay Ágnes:

„Beyond, azaz túllépni saját magunkon”, a turizmus szerepe a Veszprém2023 Európai Kulturális Főváros projektben

Guld Ádám:

Influencer kommunikáció a turizmusban: tippek, trükkök, tendenciák 2019-ben

Slezák-Bartos Zsuzsanna, Orsós Brigitta, Angler Kinga:

Az eseménymarketing szerepe az autóiparban

Nagy-Menyhárt Szidónia:

A lakossági igényfelmérés lehetőségei a marketingkommunikációs eszközök segítségével

Prónay Szabolcs:

A turizmust érintő megatrendek áttekintése

V. SEKCIÓ

Terem: **B310**

ÚJ CÉLCSOPORTOK IGÉNYEINEK FELTÁRÁSA, A CÉLCSOPORTOK ELÉRÉSE

Szekcióvezető: **Szűcs Krisztián**

Boros Kitti:

A hivatásturizmus meghatározásának terminológiai változásai a nemzetközi szakirodalomban

Molnár-Csomós Ilona:

*Bulinegyed = hozzáadott érték, avagy visszahúzó erő?
Esettanulmány Belső-Erzsébetváros példája mentén*

Barabás Réka:

A Pannonhalmi Apátsági Pincészet helyi turisztikai és kulturális jelentősége

Jászberényi Melinda, Munkácsy András, Miskolci Márk:

Attrakciók elérhetősége a dunai szállodahajó-turizmusban

Schultz Éva:

Ismerjük a látogatót? A múzeumi látogatókutatások turisztikai aspektusai

Horváth Levente:

A kínai filmturizmus fejlődése, avagy Magyarország lehetőségei a kínai turisztikai piacon

VI. SEKCIÓ

Terem: **B311**

A FELELŐS TURIZMUS ÉS A TURISZTIKAI ELTARTÓ KÉPESSÉG KÉRDÉSEI

Szekcióvezető: **Máté Andrea**

Ambrus Tünde:

A székely falutízesek ösztönző (push) és húzó (pull) szerepe a felelősségteljes turizmus szervezésében és a tér sajátosságainak önszabályozó szerepe az eltartóképesség szempontjából

Deák Attila, Liptákné Juhász Anikó, Bácskainé Pristyák Erika:

Felső-Tisza-vidéki örökségtúrák tapasztalata, a műemlék-bemutató új formái alapján

Fehérvölgyi Beáta, Hajmásy Gyöngyi, Madarász Eszter:

Naggyon Balaton..., a túlturizmus jelensége a Balaton térségében

Lukács Rita:

Zöld marketinggyakorlatok a magyar szállodaiparban

Raffay Zoltán:

A magyar lakosság ökotudatossága: szavak vagy valóság?

Máté Andrea:

Múzeumok Éjszakája program a „Több, mint jó bor” városában

VII. SEKCIÓ

Terem: B312

BOR- ÉS GASZTROTURIZMUS, A HELYI ÉRTÉKEK SZEREPE A TURIZMUSBAN

Szekcióvezető: **Raffay Zoltán**

Harsányi Dávid, Hlédik Erika:

Borturizmus fogyasztói szemszögből – a borral kapcsolatos utazásokon résztvevők borfogyasztási szokásai és preferenciái

Bene Zsuzsanna:

A narancsborok szerepe a mediterrán gasztroturizmusban

Gászné Bósz Bernadett:

A várakban helyi termékek várnak?

Piskóti István, Bene Zsuzsanna, Marien Anita, Nagy Katalin, Szakál Zoltán:

Borút, borturizmus, integrált fejlesztési koncepció, módszertan és menedzsment-gyakorlat

Angler Kinga:

Gasztronómiai élmények a Szekszárdi Pütkösdí Hal- és Vadünnepen

Szakály Orsolya:

A balatoni gasztrofogyasztók jelenléte az online platformokon

VIII. SEKCIÓ

Terem: B314

SPORTTURIZMUS ÉS A TURIZMUS TOVÁBBI AKTUÁLIS KÉRDÉSEI

Szekcióvezető: **Prisztóka Gyöngyvér, Marton Gergely**

Jakopánecz Eszter, Törőcsik Mária:

*Sportfogyasztás, sportturizmus és fogyasztói magatartás
trendek*

Csóka László, Németh Péter:

A sportágak sportturizmust generáló hatása

**Marton Gergely, Cári Boglárka, Szalai Kata, Prisztóka
Gyöngyvér:**

Atipikus turizmusmarketing eljárások a Spartan Race példáján

Gonda Tibor, Csapó János:

*A magyar lakosság utazási szokásai és az utazási döntéseiket
befolyásoló információk forrásai*

Mátyás Judit:

Az idegennyelv-tudás fontossága a turizmus szektorban

SESSION IX.

Room: **B313**

KEY DRIVERS OF COMPETITIVENESS IN THE TOURISM INDUSTRY

Session leader: **János Csapó**

Nicholas Imbeah:

Tourism safety in Ghana: Views from tourism policy makers and tourism destination workers

Nikolett Pókó:

Marketing activity of river cruise tourism

Wolfgang Fischer:

The development of tourism in the region Upper Styria east, marketing and key drivers for tourism in a region with strong industrial image

Zsuzsa Deli-Gray, Szabolcs Pásztor :

The use of social media in attracting adolescents to the African continent

Kornélia Kiss, Edina Kovács:

Involving seniors in the supply side of tourism as a form of social innovation aiming to raise the level of their well-being

II. NEMZETKÖZI TURIZMUSMARKETING KONFERENCIA

Szervező

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

Szervezőbizottság

Dr. Gonda Tibor, *Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar, Turizmus és Marketing Intézet*
Dr. Raffay Zoltán, *Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar, Turizmus és Marketing Intézet*

Tel: +36 72 501 599

email: turizmarketing2019@ktk.pte.hu

Honlap: <https://ktk.pte.hu/hu/tudomany/tudomanyos-rendezvenyek/nemzetkozi-turizmusmarketing-konferencia/turizmus-fogyasztas>

Tudományos Bizottság elnöke

Dr. Csapó János
Dr. Törőcsik Mária

Tudományos Bizottság

Dr. Deli-Gray Zsuzsa (*ESSCA School of Managment*)
Dr. Kiss Kornélia (*Budapesti Corvinus Egyetem*)
Dr. Könyves Erika (*Debreceni Egyetem*)
Dr. Lőrincz Katalin (*Pannon Egyetem*)
Dr. Máté Andrea (*PTE KPVK*)
Dr. Michalkó Gábor (*MTA – Budapesti Corvinus Egyetem*)
Dr. Piskóti István (*Miskolci Egyetem*)

Dr. Prónay Szabolcs (*Szegedi Tudományegyetem*)
Dr. Rátz Tamara (*Kodolányi János Főiskola*)
Dr. Szalók Csilla (*Budapesti Gazdasági Egyetem*)

Támogatók:

MTA PTB Turizmusföldrajzi Munkabizottság
EMOK



PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM

Közgazdaságtudományi Kar