**TDK TÉMAJEGYZÉK**

**MARKETING- ÉS TURIZMUS INTÉZET**

**2019**

**CSAPÓ JÁNOS**

 Turisztikai centrum és periféria viszonyok kutatása, a turizmus térbeli koncentrációjának és dekoncentrációjának komplex hatásai

 A turizmus keresletének és kínálatának legújabb trendjei

 Turizmus és területfejlesztés, turizmus és vidékfejlesztés

 Határmenti térségek turizmusfejlesztése

 Regionális (nemzetközi, hazai) turizmusföldrajz

 Turizmus és biztonság kérdésköre

 Niche termékek a turizmusban

**GERDESICS VIKTÓRIA**

 Helymarketing (városmárka, városimázs, országmárka, országimázs)

 Márkastratégiai kérdések

 Marketing és turizmus határterületei

 Vendéglátás és gasztronómia

 Balkán

**GONDA TIBOR**

 Egy sikeres TDM szervezet szerepe a desztináció újrapozicionálásában.

 Tetszőleges turisztikai termék típus jó gyakorlatának és innovatív szolgáltatásfejlesztésének az elemzése, további fejlesztési lehetőségek kidolgozása.

 Turisztikai klaszterek lehetséges szerepvállalása a turisztikai termékfejlesztésben- a Dél-Dunántúli Ökoturisztikai Klaszter tevékenysége alapján

 A Fishing on Orfű fesztivál hatása az orfűi turisztikai márka fejlődésére

 A turizmus hatása az életminőségre és a boldogságra

 A tömegturizmus negatív hatásai, a "túlturizmus" (overtourism)

 A helyi termékek, és a szabadon szedhető "vad" növények turisztikai hasznosítása, lehetséges szerepük a gasztro- és ökoturizmus fejlesztésében

**GYARMATINÉ BÁNYAI EDIT**

 Szolgáltatásmarketing

 Online és közösségi média marketing

 Hallgatói motiváció

**KAPOSI ZOLTÁN**

 Nagyobb dél-dunántúli üzemek/gyárak gazdasági változásai a 20. század második felében. (Feladat: elemezni az ipari üzem/gyár létrejöttét, működését, a rendszerváltás utáni átalakulását, mai helyzetét és hosszú távú lehetőségeit.)

 A gazdasági elit változásai. (Területileg: Magyarországon; a Dél-Dunántúlon; nagyobb városokban stb. – megegyezés szerint)

 Az agrárnagyüzemek (állami gazdaságok, mezőgazdasági kombinátok stb.) változásai a Dél-Dunántúlon a 20. század második felében. A mezőgazdaság strukturális változásai és hosszú távú lehetőségei.

**LÁNYI BEATRIX**

 Kínálatmenedzsment

 Innovációmarketing

 Globális marketing

**MÁTYÁS JUDIT**

 Storytelling

 Német nyelvű marketing-/reklámnyelv,

 Marketing; nemzetközi marketing, etnomarketing

**NAGY ÁKOS**

 Ügyfélértékelési módszerek elmélete és gyakorlati alkalmazása

 Hatékonyság és eredményesség mérése a marketingkommunikációban

 Word-of-mouth marketing

**NÉMETH PÉTER**

 Kereskedelmi vállalatok marketingtevékenysége

 Fogyasztók üzletválasztási döntései

 Nemek fogyasztói magatartása

 Marketingkutatási problémák vizsgálata klasszikus és új módszerekkel

**PAVLUSKA VALÉRIA**

 Kultúramarketing

 Nonprofit marketing

**PELLES MÁRTON**

 A magyar kereskedelmi folyam- és tengerhajózás története 1868–2004

 A magyar külkereskedelem a dualizmus idején

 Kikötővárosok fejlődése térben és időben

**PUTZER PETRA**

 KKV marketing

 Visszautas logisztika, marketingcsatornák

 Marketing és pénzügy határterületei

 Termékelhelyezés szerepe a turizmusban

 CSR, felelősség és etika a marketingben

**RAFFAY ZOLTÁN**

 Turisztikai desztinációk fejlődése: új desztinációk megjelenése a turizmus piacán

 Innovációk, új szolgáltatások és termékek a turizmusban

 Trendek a turizmusban és az azokra adott válaszok

 Az új technológiák és a turizmus: AR, VR, drónok és társaik

 Sikeres turisztikai vállalkozások: esettanulmányok és az azokból levonható következtetések

 A turizmus előtt álló kihívások: terrorizmus, éghajlatváltozás, migrációs és egyebek

**SZŰCS KRISZTIÁN**

 A marketingkutatás új irányai, innovatív megoldásai

 Fogyasztói piacok szegmentációs lehetőségei

 Fogyasztói döntések viselkedésgazdaságtani közelítésben

 Neuromarketing módszertani megoldások

**TÖRŐCSIK MÁRIA**

 A fogyasztói magatartás megértése

 A sportfogyasztás trendjei

 Generációk igényeire reflektáló marketing

 Az életkor és az életív marketing kapcsolódásai

 Self-marketing