

# XII. NEMZETKÖZI TÁPLÁLKOZÁSMARKETING KONFERENCIA

„Új élelmiszer-innovációs megoldások és módszerek a digitális gazdaságban –  
Funkcionális élelmiszerek és egészség”



Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet  
Magyar Tudományos Akadémia, Debreceni Akadémiai Bizottság

Időpont: 2016. november 23.

Helyszín: Lycium Hotel Debrecen\*\*\*\* (Bálterem)

4026 Debrecen, Hunyadi u. 1-3.



A nyílt innovációs paradigma a kutatás-fejlesztési folyamatot nyitott rendszerként értelmezi, amelynek során a vállalatok az új értékek teremtéséhez nemcsak belső, hanem külső forrásokat is igénybe vesznek. A nyílt innovációs folyamat magában foglalja azt is, hogy a termékek fejlesztésének generálója maga a termékek felhasználója, vagyis legtöbb esetben a fogyasztó. Ez az úgynevezett felhasználó-vezérelt innovációs folyamat, ahol a felhasználó a termékötlet kidolgozásától egészen az új termék bevezetéséig aktív részese az innovációs láncnak.

Az elmúlt években olyan új innovációs módszerek jelentek meg az élelmiszerpiacon, amelyek alapjaiban változtathatják meg a jelenleg még uralkodó zárt innovációs paradigmát. Elérkeztünk az ún. posztmodern marketing korszakába, ahol már nem a termék jellemzői, hanem annak imázsa és szimbólumrendszere a meghatározó, a fogyasztók igényeinek kielégítése helyett pedig egyre inkább a vevők hatalommal történő felruházása a jellemző. A fogyasztó már nem csak, mint a termék végső felhasználója, hanem, mint értékteremtő személy jelenik meg, aki aktívan együttműködik a vállalatokkal az innovációs folyamatokban. Mindez pedig a digitális technológiák megjelenésének, globális elterjedésének és gyors adaptációjának köszönhető.

A posztmodern marketing térhódítása természetesen új piackutatási eszközöket és módszereket is igényel. Ilyen új, kvalitatív típusú módszernek tekinthető a netnográfia, valamint az ún. crowdsourcing, vagy magyar elnevezéssel a közösségi ötletbörze. Ebbe a körbe sorolhatók továbbá a közös értékalkotó csoportok, valamint a szemkamerás vizsgálatok és a Word-of-Mouth kampányok is. A konferencia résztvevői elemezni fogják azokat az új innovációs megoldásokat, amelyek az élelmiszerek piaci sikerességét alapvetően meghatározzák, ezzel csökkentve a piaci bevezetés után bekövetkező magas bukási arányt.

**A konferencia a következő fontosabb kérdésekre keresi a választ:**

1. Valóban eljött-e a posztmodern marketing kora?
2. Fogyasztói hatalomátvétel? Hogyan működünk együtt a fogyasztóinkkal?
3. Melyek a legújabb tendenciák a táplálkozás- és egészségmarketingben?
4. Melyek a legújabb termékfejlesztési elvek a funkcionális élelmiszerpiacon?
5. Hogyan pozicionáljuk az új funkcionális élelmiszereket?
6. Milyen új piackutatási módszereket alkalmazzunk a sikeres innováció érdekében?
7. Hogyan adjunk el sikeresen a digitális élelmiszer-gazdaságban?

A rendezvényen lehetőség van elektronikus (120x90 cm méretű, fekvő) **poszter bemutatására** a konferencia témakörében.

A rendezvény alatt folyamatos program a kiállítók termékeinek kóstoltatása a kijelölt standokon, amelyre november 10-ig **kiállítók jelentkezését várjuk**. Plusz költsége nincs!

**Regisztrálni október 10-től, kizárólag a [www.taplalkozasmarketing.hu](http://www.taplalkozasmarketing.hu) oldalon, elektronikusan lehet.**

Regisztrációs díj: 20.000 Ft+ÁFA/fő

Debreceni Campus Nonprofit Közhasznú Kft.; Erste Bank: 11600006-00000000-06799485

**Figyelem!** 2016. november 10. utáni lemondás esetben nem áll módunkban visszafizetni a regisztrációs díjat!

A rendezvényvel kapcsolatban felmerülő kérdéseit várja Dr. Soós Mihály.

e-mail: [soos.mihaly@econ.unideb.hu](mailto:soos.mihaly@econ.unideb.hu), Tel: (20) 299-8310

# XII. NEMZETKÖZI TÁPLÁLKOZÁSMARKETING KONFERENCIA

„Új élelmiszer-innovációs megoldások és módszerek a digitális gazdaságban –  
Funkcionális élelmiszerek és egészség”

## PROGRAM

08<sup>30</sup>–10<sup>00</sup>

**Regisztráció**

10<sup>00</sup>–10<sup>10</sup>

**Megnyitó** – Dr. Pető Károly (DE)

Prof. Dr. Szakály Zoltán (DE)

## Plenáris előadások

*Levezető elnök: Dr. Totth Gedeon (BGE)*

10<sup>10</sup>–10<sup>30</sup>

**Prof. Dr. Szakály Zoltán (DE):** A posztmodern marketing kora: új irányok a táplálkozásmarketingben

10<sup>30</sup>–10<sup>50</sup>

**Prof. Dr. Popp József (DE):** Élelmezésbiztonság és táplálkozás az innováció tükrében

10<sup>50</sup>–11<sup>10</sup>

**Dr. Tompa Gábor (Nestlé Hungária):** A Nestlé „Táplálkozás, Egészség, Jólét” stratégiájának megvalósítása és annak tanulságai kis- és közepes méretű élelmiszergyártók számára

11<sup>10</sup>–11<sup>30</sup>

**Fehér András (DE):** Digitális evolúció az élelmiszer-gazdaságban

11<sup>30</sup>–11<sup>50</sup>

**Dr. Sütheő Péter (Intersoft) – Dr. Roszík Péter (Biokontroll):** Bio termékek eredetigazolása az ADNS Jogjegy rendszerrel

11<sup>50</sup>–12<sup>00</sup>

**Várkonyi Beáta (Danone):** Digitális CRM az eladásösztönzés szolgálatában

12<sup>00</sup>–13<sup>00</sup>

**Ebédszünet**

13<sup>00</sup>–13<sup>10</sup>

**Szakály Sándor Innovációs Díj átadása**

13<sup>10</sup>–13<sup>30</sup>

**Prof. Dr. Biacs Péter (SZIE):** A funkcionális élelmiszerek előállítása, forgalmazása és táplálkozástudományi jelentősége

## Táplálkozásmarketing a tudomány oldaláról

*Levezető elnök: Prof. Dr. Lehota József (SZIE)*

13<sup>30</sup>–13<sup>45</sup>

**Dr. Kontor Enikő (DE) – Dr. Kiss Marietta (DE):** A fogyasztói magatartás dimenziói a funkcionális élelmiszereknél

13<sup>45</sup>–14<sup>00</sup>

**Dr. Gál Tímea (DE):** Valójában mit gondol és mit akar a fogyasztó? – Egy netnográfias kutatás eredményei az egészségtudatos táplálkozásról

14<sup>00</sup>–14<sup>15</sup>

**Dr. Temesi Ágoston (SZIE) – Prof. Dr. Szakály Zoltán (DE):** Termékfejlesztési elvek a funkcionális élelmiszerek piacán

14<sup>15</sup>–14<sup>30</sup>

**Kertész Balázs (Szinapszis):** A magyar lakosság egészségértése és egészségügyi információszerzése

14<sup>30</sup>–14<sup>40</sup>

**Vita**

14<sup>40</sup>–15<sup>00</sup>

**Kávészünet**

## Táplálkozásmarketing a gyakorlat oldaláról

*Levezető elnök: Pászti Balázs (MMSZ-AÉMT)*

15<sup>00</sup>–15<sup>15</sup>

**Dr. Soós Mihály (DE; InnoFood Marketing):** Innovatív piackutatási megoldások egy vállalat példáján

15<sup>15</sup>–15<sup>30</sup>

**Gila Éva – Molnár Éva (Gyulahús):** E-mentes vagy mégsem? Fogyasztói igények és termékfejlesztés

15<sup>30</sup>–15<sup>45</sup>

**Dr. Losó Adrienn (Mirelite Mirsa):** Innovatív kényelmi élelmiszerek fejlesztésének tapasztalatai

15<sup>45</sup>–16<sup>00</sup>

**Kelényi Kolos (Szamos Marcipán):** Funkcionalitás és élvezet, energiaszelet a Szamostól

16<sup>00</sup>–16<sup>15</sup>

**Novák Norbert (DE):** Egy új termékötlet marketingstratégiája hallgatói szemmel

16<sup>15</sup>–16<sup>25</sup>

**Vita**

16<sup>25</sup>–16<sup>30</sup>

**Zárszó**