

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 pozícionáljuk 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 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, Tel: (20) 299-8310

XII. NEMZETKÖZI TÁPLÁLKOZÁSMARKETING KONFERENCIA

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

PROGRAM

08³⁰–10⁰⁰

Regisztráció

10⁰⁰–10¹⁰

Megnyitó – Dr. Pető Károly (DE)

Prof. Dr. Szakály Zoltán (DE)

Plenáris előadások

Levezető elnök: Dr. Totth Gedeon (BGE)

10¹⁰–10³⁰

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

10³⁰–10⁵⁰

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

10⁵⁰–11¹⁰

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

11¹⁰–11³⁰

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

11³⁰–11⁵⁰

Dr. Süthető Péter (Intersoft) – Dr. Roszik Péter (Biokontroll): Bio termékek eredetigazolása az ADNS Jogjegy rendszerrel

11⁵⁰–12⁰⁰

Várkonyi Beáta (Danone): Digitális CRM az eladásösztönzés szolgálatában

12⁰⁰–13⁰⁰

Ebédszünet

13⁰⁰–13¹⁰

Szakály Sándor Innovációs Díj átadása

13¹⁰–13³⁰

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

Táplálkozásmarketing a tudomány oldaláról

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

13³⁰–13⁴⁵

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

13⁴⁵–14⁰⁰

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

14⁰⁰–14¹⁵

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

14¹⁵–14³⁰

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

14³⁰–14⁴⁰

Vita

14⁴⁰–15⁰⁰

Kávészünet

Táplálkozásmarketing a gyakorlat oldaláról

Levezető elnök: Pászti Balázs (MMSZ-AÉMT)

15⁰⁰–15¹⁵

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

15¹⁵–15³⁰

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

15³⁰–15⁴⁵

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

15⁴⁵–16⁰⁰

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

16⁰⁰–16¹⁵

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

16¹⁵–16²⁵

Vita

16²⁵–16³⁰

Zárszó