

Felelős marketing. Beszámoló a Marketing Oktatók Klubja 17. országos konferenciájáról

2011. augusztus 29–30-án a PTE Közgazdaságtudományi Kara adott otthont az idei MOK konferenciának. Az előző évhez hasonlóan az idén is szép számban képviseltették magukat az előadók, ugyanis a 120 regisztrált résztvevő közel száz előadás anyagáról folytathatott szakmai vitát a napjainkban széles körben emlegetett *felelősség* kérdéskörének a marketingben történő megjelenéséről.

Az idei konferencia címe egyszerre vetette fel azt a kérdést, hogy mi a marketing felelőssége a hétköznapi élet legkülönbözőbb szegmenseiben, például a fogyasztóvédelem, az élelmiszeripar, a marketingoktatás területén, és azt is, hogy a felelősség miként jelenik meg és illeszkedik a marketingelméletbe és a kutatásba. Ennek megfelelően a szekciók és az előadások témája is igen szerteágazó volt: vásárlói/fogyasztói magatartás; élelmiszer-fogyasztás, élelmiszer-ipari marketing; digitális marketing; felelősség, fenntarthatóság és marketingelmélet; marketingkutatás; marketingoktatás; CSR és marketing; szolgáltatásmarketing; a marketing különleges (határ)területei; globalitás és regionalitás a marketingben; marketingkommunikáció; marketing az egészségügyben.

A hétfői plenáris ülésen négy neves szaktekintély előadását hallgathatták meg a résztvevők. Elsőként Dr. Kathi Attila, a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság stratégiai kabinetvezetője beszélt a fogyasztóvédelem jövőbeli irányairól és a felelősség kapcsolatáról. Majd Dr. Hegedűs Miklós, a GKI Energiakutató ügyvezető igazgatója mutatta be a hazai energiapolitika helyzetét, illetve a társadalmi felelősség megjelenését az energiaszektorban. A harmadikként pódiumra lépő Dr. Németh Tamás, a Magyar Tudományos Akadémia főtitkára igencsak gondolatébresztő előadásában a termőtalajjal kapcsolatban vetette föl a fenntarthatóság és túlhasználat kérdését. Végül, de nem utolsósorban Dr. Páva Zsolt, Pécs város polgármestere a felelős településmarketingről szóló előadásában mutatta be Pécszet mint a kultúra városát, amelynek egy szeletét a résztvevők is megtekinthették. Az első nap zárásaként ugyanis közösen látogattuk meg a Cella Septichorát.

A plenáris előadások mellett ki kell emelni, hogy Dr. Dinya László professzor, a MOK elnöke a plenáris ülésen nyújtotta át a frissen alapított „A Marketingtudományért” díjat, első ízben Dr. Rekettye Gábornak, a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kara professzorának. A kitüntetéshez ezúton is gratulálunk!

A hozzávetőleg 100 szekció-előadás alapján elmondható, hogy a felelősség fogalma mindenki számára mást és mást jelent, de valamennyien érezzük, hogy e gondolat egyre inkább átszövi mindennapjainkat a marketing különböző területein. Egy közös kapcsolódási pont azonban érezhető, és ez nem más, mint a jövő. Amikor felelős módon kívánunk viselkedni, mindig a jövőbe tekintünk, mindig a jövőt tartjuk szem előtt. Mindannyian tisztában vagyunk vele, hogy a jövőt mindig csak a jelen és a múlt meghatározottságában tudjuk értelmezni és elképzelni. Éppen ezért éreztük tehát szükségét, hogy a marketing területén is felmérjük, hogy hol tartunk, mit is szeretnénk elérni, hogy mit is jelent ma és e speciális területen számunkra a felelősség. Ezt a 17. MOK konferencián sikeresen elkezdtük, és ez a megkezdett út remélhetőleg jövőre folytatódik immár Miskolcon, a Miskolci Egyetem Marketing Intézetének házigazdai gondoskodása mellett.

A Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kara nevében köszönjük az előadóknak, a résztvevőknek és a sajtó képviselőinek, hogy jelenlétükkel megtisztelték a konferenciát, és elősegítették annak sikerességét.