

## Előszó

Tisztelt Olvasó!

Ebben a különszámban a 2025. augusztus 25–27. között megrendezett, XXXI. EMOK Konferencián elhangzott tanulmányokból válogattunk. A kiválasztott nyolc tanulmány jól illeszkedik a konferencia témájához: „Tudományágak kaleidoszkópja – a marketing mint transzdiszciplináris terület”.

A kiadványban a következő tanulmányok kaptak helyet: Pólya Éva, Máté Zoltán és Oravecz Titanilla átfogó kutatása a fogyasztói attitűdök és vásárlási szokások változását mutatja be a 2022–2023-as hazai inflációs válság idején. A fogyasztói magatartás számtalan pszichológiai és fiziológiai megközelítési kutatási lehetőséget rejt magában. Ehhez illeszkedően Szász Tünde és Hlédik Erika tanulmánya az énképilleszkedés szerepét mutatja be a hedonikus és utilitárius attribútumok vizuális feldolgozásában. Lázár Erika, Varga Renáta Tímea, Németh Péter és Szűcs Krisztián felhasználói élménnyel kapcsolatos közös kutatása a pupillaméret változásával foglalkozik. A marketing egészségügyben való alkalmazására kiváló példa Kun Zsuzsanna és Simon Judit tanulmánya, melynek fókuszában a páciens gyógyszeres terápiahűségének időhorizontja áll. A környezetvédelem és a környezettudatosság örökzöld témák, ez utóbbit járja körül három dimenzióban Gyurián Nagy Nikolett tanulmánya. A technológiai kihívások, azon belül a mesterséges intelligencia nem maradhat ki egyetlen tudományos konferencia palettájáról sem napjainkban. A különszámban két dolgozat is foglalkozik az MI-vel. Az egyik Kovács Stefan, Veres István és Bíró-Szigeti Szilvia közös szerzeménye, amely elsősorban marketingkommunikációs eszközként tekint az MI-re és annak fogyasztói észlelését vizsgálja. Míg a másik tanulmány az MI marketingoktatásban és -kutatásban való szerepét mutatja be a hazai marketingoktatók, -kutatók mintáján Kenesei Zsófia, Iványi Tamás, Huszár Sándor és Csóka László jóvoltából. A tanulmányokban közölt kutatások különféle módszertanokat használnak, Vas Bianka pedig szisztematikus szakirodalmi áttekintésben tárja elénk a filmfogyasztási magatartásra ható tényezőket.

2025-ben a hazai marketingoktatók és -kutatók közössége egyesületi formában kerek évfordulót ünnepel: tízéves lett az EMOK. Maga a közösség pedig – a korábbi szervezeti formát is beleszámolva – már 31 éves. Bízunk benne, hogy a különszám a közösség minden tagja számára érdekes, izgalmas és magas tudományos színvonalú olvasmányt nyújt.

Találkozunk az EMOK további személyes rendezvényein, honlapján és közösségi média felületein!

Honlap: <https://emok.hu/hu>

Facebook: Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért - EMOK

LinkedIn: Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért (EMOK)

Bíró-Szigeti Szilvia  
*az EMOK elnöke*

Szalkai Zsuzsanna  
*a XXXI. EMOK Konferencia Szervezőbizottságának elnöke*