

## Szakmai beszámoló

### A „Marketing megújulás” - Marketing Oktatók Klubja 20. Konferenciájáról és az Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért (EMOK) alakuló taggyűléséről

Kajos Attila

A Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kara (SZE GTK: <http://www.eco.u-szeged.hu/>) 20. alkalommal rendezte meg a „Marketing megújulás” - Marketing Oktatók Klubja Konferenciát (<http://www.eco.u-szeged.hu/tudomanyos-hirek/marketing-megujulas/marketing-oktatok-klubja-konferenciaja?objectParentFolderId=23512>) azzal a céllal, hogy a hazai marketing oktatás és kutatás folyamatos fejlődését, valamint a marketing oktatók és kutatók találkozását, eszmecseréjét elősegítse. A konferencia programja a <http://www.eco.u-szeged.hu/tudomanyos-hirek/marketing-megujulas/program> linken tekinthető meg.

- A konferencia időpontja: 2014. augusztus 28-29.
- Helyszíne: Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar (Szeged, Kálvária sgt. 1.)

A TÁMOP pályázathoz kapcsolódóan a konferencia részvétel legfőbb céljai a marketing oktatói körökben a sportot érintő területen történő bemutatkozás, a jelenlegi kapcsolatrendszer bővítése, valamint a lehetséges kapcsolatok felvétele, és a már meglévő - részben a debreceni sporttudományi kongresszuson kialakult - szakmai kapcsolatok mélyítése volt.

#### Konferencia és tudományos előadás

A kétnapos konferencia első napján három plenáris előadást követően a MTA Gazdálkodástudományi Bizottság, Marketing-tudományi Albizottsága Publikációs Nívódíjat adott át két kategóriában. A folyóiratcikk kategóriában Rekettye Gábor – ifj. Rekettye Gábor szerzőpárosnak, míg könyv kategóriában Horváth Dóra és Bauer Andás szerzőknek. Mindezek után az Akadémiai Kiadó munkatársa rövid bemutatót tartott a kiadó marketing szakkönyvtárainak újdonságaiból.

A díjátadót, a könyvbemutatót és az ebédet követően került sor a két napos konferencia szekcióüléseire. A tudományos előadásokat 9 különböző szekcióba (Közösségek, márka, identitás; Business marketing – KKV; Fogyasztói magatartás; A marketing oktatás módszertani megoldásai és tapasztalatai; Non-business marketing – önkéntesség; Business marketing – innováció; Business marketing – menedzsment; Információs technológia a marketingben; Marketingkutatás trendek)

osztották be. A szekcióüléseken 12 hazai felsőoktatási intézmény 80 szerzője tartott, összesen 62 előadást.

Előadásomra a második napon és – számomra kevésbé érthető okból – a Fogyasztói magatartás III. szekcióban került sor, melynek címe „A sportmarketing helye és szerepe a magyar és nemzetközi tudományos életben” volt. Az előadást nagy érdeklődés követte, a szekció termében álló hallgató is volt, ami talán azért nem meglepő, mert először vállalkozott valaki arra, hogy a sport és a marketing kapcsolatával foglalkozó szerzőket és munkásságukat tudományos igénnyel rendszerezze, valamint összehasonlítsa a magyar és külföldi trendeket ezen a területen. Előadásom utolsóként került a programba és voltak, akik kifejezetten erre az előadásra jöttek be a terembe.

Az előadás utáni hozzászólók között volt prof. Törőcsik Mária, a PTE egyetemi tanára, prof. Józsa László a Széchenyi Egyetem Marketing és Menedzsment Tanszékének Tanszékvezetője, Kecse-Nagy Sándor a sportolanemzet.hu marketing-vezetője és a Szegedi Tudományegyetem oktatója, stb.

A szakmai beszélgetést végül az ebéd közeledte miatt a szekció elnök zárta le, ami a folyosón tovább folytatódott. Különösen prof. Józsa László dicsérte és pártolta a kutatási kérdésköröket és irányokat, valamint személyes jó tanácsokkal is ellátott.

### **Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért (EMOK) alakuló taggyűlése**

A második szakmai nap szekcióülései 11 óráig tartottak, utána pedig az Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért (EMOK) alakuló taggyűlése került lebonyolításra. Az egyesület 55 alapító tagja megválasztotta a tisztségviselőit, elfogadta annak szabályzatait, ezzel átvéve a korábban Marketing Oktatók Klubja (MOK) néven mindössze névleg működő szervezet munkáját, ezúttal már formális szervezeti keretek között folytatva a munkát.

Az EMOK-on belül lehetőség van különböző tagozatok létrehozására, így felmerült egy Sportmarketing tagozat létrehozásának gondolata.

### **Lehetőség az EMOK-on belüli Sportmarketing tagozat létrehozására**

A jelenlévő, és a sportmarketing aspektusaival foglalkozó - főként fiatalokból álló - kis csoport (Gáti Mirkó – Corvinus Egyetem, Havran Zsolt – Corvinus Egyetem, Hargitai Dávid Máté – Pannon Egyetem, Soós Mihály – Debreceni Egyetem valamint jómagam) úgy gondolta, hogy egy, a marketing szakmai körökben ismertebb név (Dr. Neulinger Ágnes) vezetésével, illetve patronálásával megalakítható és működtethető lenne egy Sportmarketing tagozat, amelynek komoly előnye lehet, hogy az ország szinte minden részéről lenne benne szakember (Kecse-Nagy Sándor is érdeklődését fejezte ki az ötlet iránt).

A következő évi konferenciának a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem lesz a házigazdája, amely a MOK 21. (EMOK 1.) konferenciája lesz.

Kajos Attila  
egyetemi tanársegéd  
PTE TTK STI  
Sportelméleti és Sportszervezési Tanszék

Képek a konferenciáról

Plenáris előadás



**Első esti találkozó**



**Előadásom**





EMOK alakuló ülés (levelező elnök: prof. Piskóti István)

