

KONFERENCIA

MI a marketingben

Innovatív eszközök és innovatív témák

Az MTA IX. Osztály Gazdálkodástudományi Bizottság Marketingtudományi Albizottságának MI a Marketingben Munkabizottsága, az Üzleti Marketing Munkabizottsággal és az Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért (EMOK) együttműködésben, az OTKA K-145937 számú projektjének támogatásával kutatási konferenciát szervez a mesterséges intelligencia és a marketing kapcsolódási pontjairól.

Időpont: 2026. október 20. (kedd), 9:00–16:00

Helyszín: Budapesti Corvinus Egyetem, Faculty Club, 1093 Budapest, Fővám tér 8., E épület

A konferencián való részvétel az érdeklődők számára ingyenes, de előzetes regisztrációhoz kötött. Jelentkezés és regisztráció: <https://forms.gle/DVXh1bMPKQYu1bCL7>

PROGRAM

9.00-9.30	Regisztráció / Registration	
9.30-11.15	Angol nyelvű plenáris szekció / English language plenary section	
9.30-9.45	Kenesei Zsófia (BCE) Csapó Ádám Balázs, BCE mesterséges intelligenciáért felelős dékán	Megnyitó / Opening ceremony
9.45-10.15	Gaia Rubera (Bocconi University)	The Promise and Perils of GenAI for Market Research
10.15-10.35	Kevin Jackson (BCE), Kiss Hedvig (SZTE), Matthew E. Bergman (BCE)	The Lure of AI Food Marketing: Generation Z's Emotional Engagement and the Flourishing Paradox
10.35-10.55	Kenesei Zsófia (BCE)	When Performance Outweighs Privacy: Understanding Robo-Advisor Acceptance
10.55-11.15	Iványi Tamás (BME)	A Thousand Respondents, Multiple Scenarios - An Experimental Approach to Generating Synthetic Data
11.15-11.40	Kávészünet / Coffee break	

11.40-13.00 B2C szekció		
11.40-12.00	Huszár Sándor (SZTE), Révész Balázs (SZTE)	A kíváncsiságtól a mindennapi használatig - Az AI-val kapcsolatos Google-keresési szokások változása a ChatGPT megjelenése óta
12.00-12.20	Molnár László (ME), Simon-Horváth Kata (ME), Iványi Tamás (BME)	Gondolat, érzés, cselekvés: A mesterséges intelligenciával kapcsolatos többkomponensű attitűd hatásának vizsgálata
12.20-12.40	Rojkovich Ádám Konstantin (BCE), Kemény Ildikó (BCE), Simon Judit (BCE)	Bizalom és ellenállás a mesterséges intelligenciával szemben krónikus betegek körében: reumatoid arthritisszel élő páciensek MI-használati mintázatai
12.40-13.00	Kovács-Lázár Viktória (BGE)	Társadalmilag felelős marketing és etikus AI
13.00-14.00	Ebédszünet / Lunch break	
14.00-16.00 Az MI a marketingben és az Üzleti Marketing Munkabizottság közös B2B szekciója		
14.00-14.30	Nagy Gergely (SUPER11 Creative Zrt.)	AI a B2B marketingben: új eszközök, változó elvárások, átalakuló szerepek PLENÁRIS ELŐADÁS
14.30-14.50	Uhrin Dávid (BCE), Gáti Mirkó (BCE)	A szervezeti mesterséges intelligencia-képességek szerepe a szolgáltatásinnováció előmozdításában: többmódszeres kvalitatív megközelítés a tudásintenzív üzleti szolgáltatások (KIBS) perspektívájából
14.50-15.10	Szalkai Zsuzsanna (BME), Hlédik Erika (ELTE), Mandják Tibor (ELTE), Neumann-Bódi Edit (Italműhely Kft.), Simon Judit (BCE)	MI használata a kvalitatív adatfeldolgozásban
15.10-15.30	Simon-Horváth Kata (ME), Hajdú Noémi (ME)	Mi segíti és mi hátráltatja az MI marketingcélú vállalati alkalmazását? Szisztematikus szakirodalmi áttekintés
15.30-16.00	Hubert József (BCE), Bauer András (BCE)	AI-likeness and audience engagement during and after the 2026 Hungarian elections. Preliminary results

INGYENES RÉSZVÉTEL • ELŐZETES REGISZTRÁCIÓ SZÜKSÉGES

<https://forms.gle/DVXh1bMPKQYu1bCL7>

Kapcsolat: Kenesei Zsófia •
zsofia.kenesei@uni-corvinus.hu
Iványi Tamás •
ivanyi.tamas@gtk.bme.hu