

# A fenntarthatóság integrálása a marketing oktatásba

Nonbusiness marketing workshop

2022.02.02.

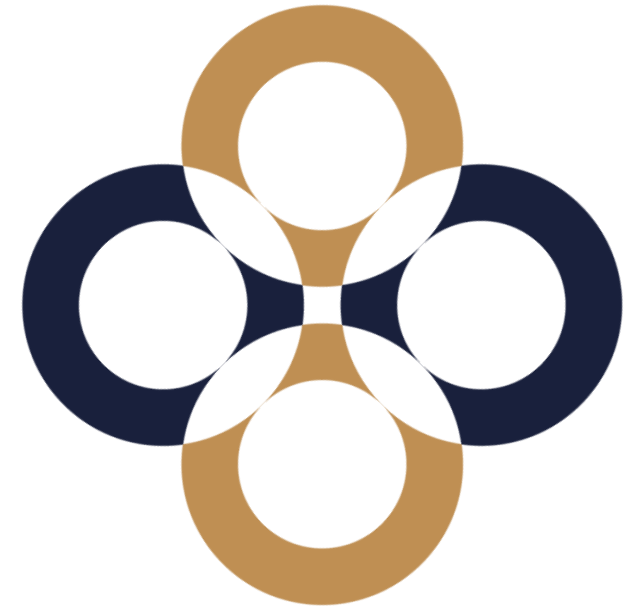
**Marketing Education for Sustainability (MES) csoport:**

Ásványi Katalin

Kasza-Kelemen Kata

Neulinger Ágnes

Zsóka Ágnes



# **Az előadás menete**

---

Bemutatkozás

---

A témában végzett eddigi kutatásaink

---

Tapasztalatok a BCE Marketing Intézet workshopja alapján

---

Meghívás közös kutatásban való részvételre



# **Bemutató**

# Marketing Education for Sustainability (MES) kutatócsoport



Ásványi  
Katalin



Kasza-  
Kelemen  
Kata

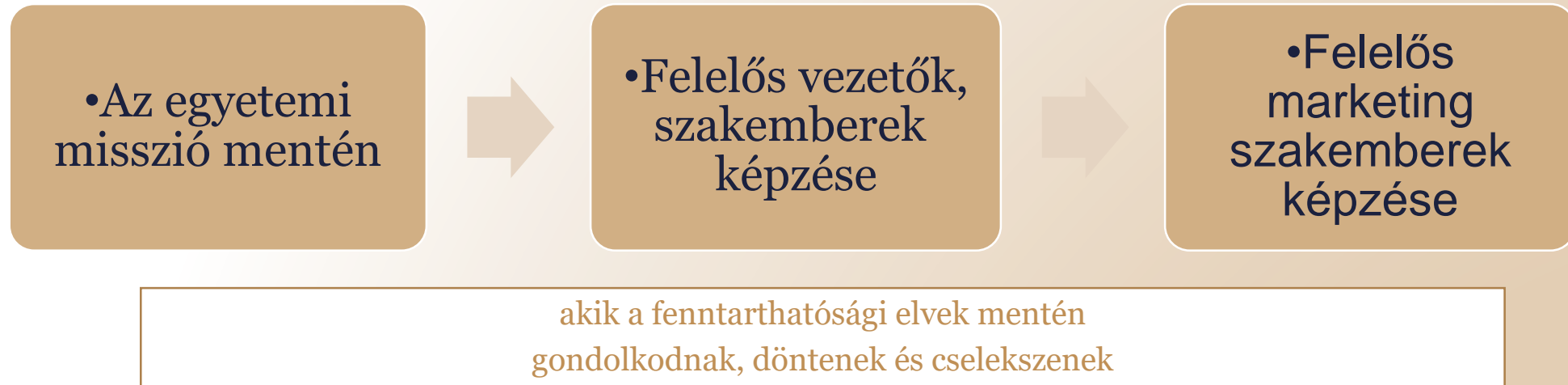


Neulinger  
Ágnes



Zsóka  
Ágnes

# Célunk



---

Milyen hatása van a hallgatókra, ha tanulnak a fenntarthatóságról, a fenntarthatósági értékekről?

---

Hogyan tudjuk mérni a hatásokat?

---

Mely eszközökkel tudjuk elérni a hallgatókat?

---

Mi az oktató feladata, és hol van az oktató felelőssége?

---

Hogyan fejleszthetőek ennek mentén a kurzusok és képzések?

---

Milyen különbségek vannak az oktatási szintek között (BA, MA, Posztgraduális és MBA)?



**A témában végzett  
eddiggi kutatásaink**

# The Effective Use of RRI Teaching Methods on a CSR Course

## RRI (Responsible Research and Innovation) kompetencia-keret (Bayram-Jacobs 2015, 10)

- Kritikus gondolkodás
- Problémamegoldás
- Kérdezés, megkérdőjelezés
- Felelősség
- Kreatív gondolkodás

## RRI kompetenciák négy dimenziója (Tassone et al, 2018, p. 346-347)

- Anticipáció
- Reflexivitás
- Inkluzivitás
- Reszponzivitás

## Felelős globális vezetői kompetenciák (Blass és Hayward, 2015, 39-40)

- Hosszútávú szemlélet
- Az értékalapú és a gazdasági szempontból racionális döntéshozatal bölcs kombinációja
- Reflexivitás
- Innovatív beállítottság (mindset)
- Vizionárius kitekintés
- Fókusz a „jót jól” elvén (“doing well by doing good”)

### Kognitív szinten

- Mélyebb megértés (rendszerszint, komplexitás)
- Kritikai gondolkodás
- Hosszabb távú gondolkodás
- Erőteljesebben kifejezett elvárások a vállalatok irányában

### Affektív szinten

- Az egyéni felelősség világosabb kifejezése
- Magasabb szintű érzékenység a társadalmi és környezeti felelősségvállalás iránt egyéni szinten

### Konatív szinten

- Értékalapú döntéshozatalra való hajlandóság
- Méltányos és környezettudatos cselekvési formák
- Empátia növekedése
- Perspektíva-váltás képessége és ennek megjelenése a cselekvés szintjén (pl. munkavállalóként)

## A FENNTARTHATÓSÁG ÉS FELELŐSSÉGVÁLLALÁS TÉMAKÖRÖK OKTATÁSÁNAK HATÁSA AZ EGYETEMI HALLGATÓKRA

### Projekt alapú fenntarthatósági kurzus

- 2018-
- Minden szemeszter
- Civil partnerek bevonása - Corvinus Science Shop

### Kutatási módszerek:

- Szakirodalom elemzés
- Q-módszertan
- interjú

### Hatásvizsgálat

- Tudás
- Attitűd
- Magatartás

*Jelen kutatás az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 azonosítószámú „Tehetségből fiatal kutató- A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban” című projekt keretében jött létre.*

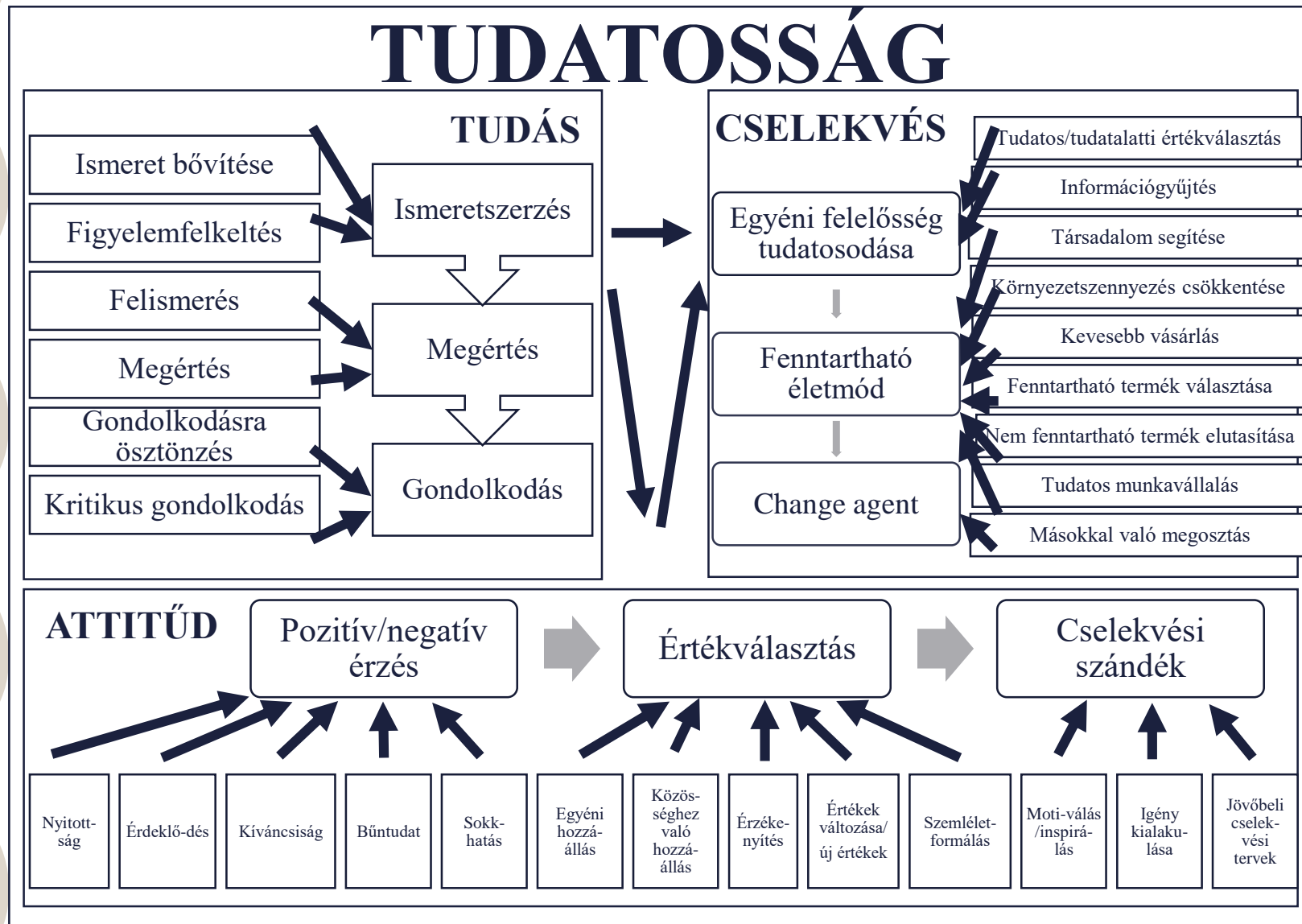


# Transforming students' behaviour preferences in relation to sustainability: what can be achieved by a course?

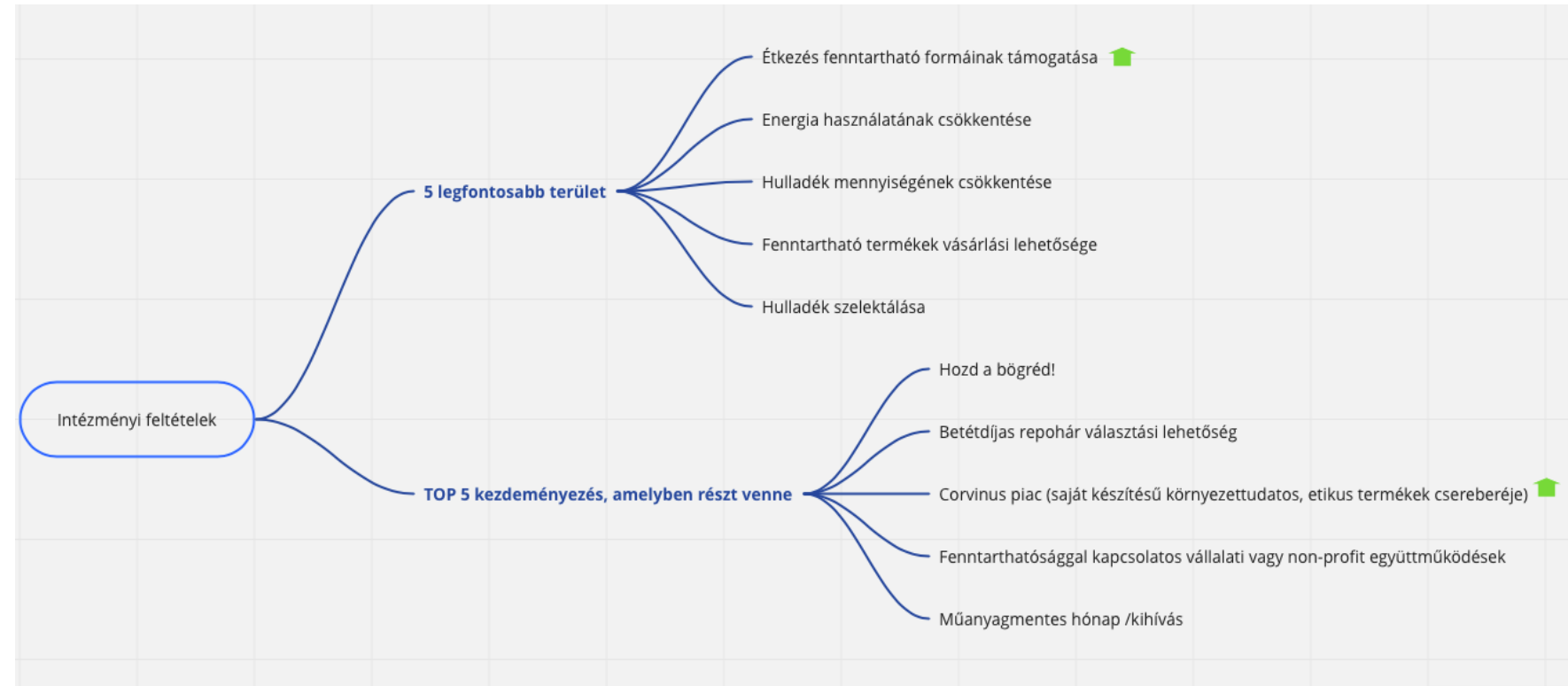
	Poszt-Faktor 1: Fenntartható az értékekben és a gondolkodásában	Poszt-Faktor 2: Fenntartható közösségi és munkavállalói szerepében	Poszt-Faktor 3: Inkonzisztens
Pre-Faktor 1: Fenntartható a gondolkodásában	Mélyebb megértés	Mélyebb megértés és integráltabb fenntartható látásmód	Pozitív szemléletváltás az állampolgári szerepkörben, a fogyasztói és munkavállalói szerepek rovasára
Pre-Faktor 2: Fenntartható munkavállalói szerepében	A felelősségvállalás erősítése a munkavállalói szerepkörben, a fogyasztói szerep attitűdjének jelentős javulása	Mélyebb megértés Attitűd változás Megerősítés	Tudatos magatartás változás fogyasztói szerepben Jövőbeli cselekvési szándék munkavállalóként
Pre-Faktor 3: Önző	-	Pozitív attitűdváltozás minden szerepkörben	Attitűd változás munkavállalóként és a közösség tagjaként



„Erősödött bennem a fenntartható életmód iránti igény” –  
 Hogyan fejleszthető az egyetemisták fenntarthatósági tudatossága egy kurzus által?



- Hatást gyakorló egyetemi élmények, információk
- Egyetemi infrastruktúra
- Környezeti aggodalom
- Környezeti attitűd (NEP)
- Valós magatartás



## Az elmúlt egy évben mi volt az az információ fenntarthatóság kapcsán, ami a legnagyobb hatást gyakorolta rád?

- „Az, hogy már semmilyen módon nem érhető el, hogy "csak" 2 fokkal melegedjen a Föld légköre”
- „Az, hogy mennyire kevés időnk van már komoly lépéseket tenni.”
- „Az egyetemen tanultam a félévben Vállalati társadalmi felelősségvállalás órákon számos új dolgot a témával kapcsolatban. Leginkább az ökológiai lábnyom mértéke és az erről szóló információk leptek meg”

Aggódom mindazon környezeti problémák iránt, amelyek hatással lehetnek...	2021			2019		
	N	Mean	SD	N	Mean	SD
az egészségemre	72	6,21	1,087	108	6,19	1,060
a jövőmre	72	6,19	1,043	108	6,33	1,032
rám	72	6,07	1,237	108	6,1	1,093
a gyerekekre	72	6,01	1,399	108	6,3	1,016
a következő generációra	72	5,96	1,227	108	6,05	1,226
a környezetemben élő emberekre	72	5,94	1,243	108	6,02	1,085
az állatokra	72	5,83	1,163	108	5,95	1,203
az emberekre	72	5,63	1,215	108	5,76	1,214
az életmódomra	72	5,37	1,358	108	5,61	1,206
a tengeri élővilágra	72	5,26	1,343	108	5,53	1,336
a madarakra	72	5,01	1,409	108	5,28	1,345
a növényekre	72	4,92	1,451	108	5,22	1,285

	2021			2019		
Hajlandó vagyok akkor is megtenni dolgokat a környezetért, ha senki sem köszöni meg az erőfeszítéseimet.	72	7,47	1,24	108	7,64	1,531
Hajlandó vagyok olyan kötelezettségeket vállalni, amelyek segítenek a természeti környezet megóvásában.	72	6,99	1,40	108	6,81	1,705
Hajlandó vagyok feladni azokat az általam kedvelt tevékenységeket, amelyeket károsítják a környezetet.	72	6,03	1,60	108	5,74	1,731
Akkor is hajlandó vagyok megtenni azt, ami a környezetnek a legjobb, ha az kényelmetlen számomra.	72	5,81	1,75	108	5,84	1,675
Hajlandó vagyok rendkívüli erőfeszítéseket tenni azért, hogy a környezetnek a legjobbat tehessem.	72	5,67	1,71	108	5,47	1,872



**Tapasztalatok a  
BCE  
Marketing Intézet  
workshopja alapján**

„Amikor a hallgatók hoznak példákat, sokszor olyan példát hoznak, aminek valóban van egy fenntarthatósági vetülete, de **maga a kritikai érzék** és ennek a cizellálása, hogy annak milyen hatása van a valóságban, az ami még **talán hiányzik és amin belül közöttünk sincs teljesen konszenzus.**„

„Abban nem látom a problémát, hogy másként látjuk a világot - a hallgató majd választ, hogy ebben mit lát, de értem azt, hogy mi folyik a ti tárgyaitokon és ti értsétek azt, hogy mi folyik a mi tárgyainkon és amikor erről beszélünk, **tudjunk reflektálni, tehát ezt fejben tartjuk.**”



Megközelítések



Kompetenciák



Kihívások



Mérés

„**Abban bízok, hogy amikor kísérlnek a kurzus végén, akkor ez azért pozitív nyomokat hagy a személyiségükben meg a jövőbeli magatartásunkban**- ez nem szeptembertől decemberig tart majd... Ez lenyomatot is hagy benne

...

„...sok esetben **a hatások annyira összetettek**,... hogy **nem is egyértelmű a megfelelő viselkedés**, vagy mi az amivel jól teszünk, **ezért fontos, hogy ők át tudjanak helyezkedni egy másik perspektívába**”



**Meghívás közös  
kutatásban való  
részvételre**

# Q állítások és az elrendezés

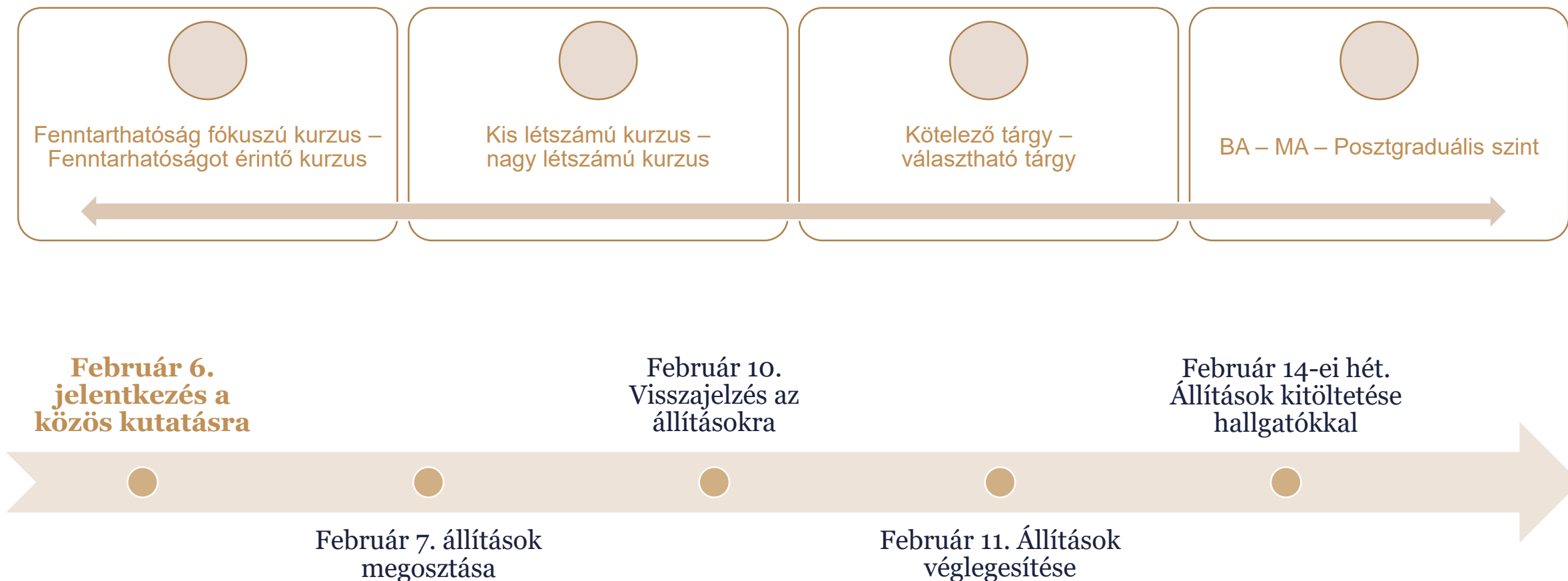
2022. 02. 08.


1. Szívesen vásárolok újrahasznosított anyagból készült terméket.
2. Előnyben részesítem a környezetbarát termékeket.
3. A Tv-t, számítógépet, laptopot mindig áramtalanítom használat után.
4. Szelektíven gyűjtöm a hulladékot.
5. Mindig van nálam bevásárlótáska.
6. Nem figyelem a termékekre vonatkozó címkéket.
7. Ha tehetem, fair trade termékeket vásárolok.
8. Ha tehetem, felajánlom adóm 1 %-át.
9. A termék minősége fontosabb, mint a termék környezeti hatása.
10. Nem részesítem előnyben az állatkísérlet-mentes kozmetikumokat.
11. Számít a vásárlási döntésem során, hogy a megvásárolt termékkel közvetve adományozhatok.
12. Az áruházakban lévő étel- és italadományozási kampányokba jellemzően nem veszek részt vásárlóként.
13. Nem szempont, hogy Magyarországon gyártott terméket vásároljak.
14. Inkább választom az olcsóbb, külföldről származó zöldséget/gyümölcsöt, mint a drágább magyart.
15. A hazai zöldségek/gyümölcsök jobb minőségűek.
16. Nem szívesen dolgoznék együtt egy megváltozott munkaképességűvel.
17. Sokszor vásárolok felesleges terméket. Impulzus vásárló vagyok.
18. Bízom a magyar civil szervezetekben.
19. Szívesen veszek részt önkéntes munkában.
20. Számomra lényegtelen, hogy a vállalat családbarát-e vagy sem.
21. A vállalat, aminél dolgozom, legyen felelős.
22. Egy dohánycégnél soha nem dolgoznék.
23. Fontos, hogy a vállalat figyeljen az egészségemre.
24. Számomra lényeges az élethosszig tartó tanulás, és hogy folyamatosan képezhessem magam.
25. Egy vállalat inkább működjön együtt egy helyi civil szervezettel, mint egy országos hírnévvel rendelkező nonprofit szervezettel.
26. Pozitívabb kép alakul ki bennem a helyi vállalatról, ha a lakóhelyemen szervezett eseményt támogatja.
27. Ha kiderül egy vállalatról, hogy nem etikus, akkor onnantól kezdve nem vásárolok meg a termékeit.
28. Örömmel teszek azért a közösségért, ahol élek.
29. Számomra nem lényeges, hogy a bank, ahol a számlámat vezetem felelős legyen.
30. Ha rosszul adnak vissza a boltban, akkor elfogadom, és nem jelzem a boltos figyelmetlenségét.

-3 (3db)	-2 (4db)	-1 (5db)	0 (6db)	+1 (5db)	+2 (4db)	+3 (3db)



# Kutatásba bevonható kurzusok és a kutatás folyamata





# Köszönjük a figyelmet és várjuk az együttműködő partnereket!

[katalin.asvanyi@uni-corvinus.hu](mailto:katalin.asvanyi@uni-corvinus.hu)

## Kutatási fókuszaink

Fenntarthatóság  
oktatásának  
hatásvizsgálata

Teljes kurzus/kurzus  
egy része  
kapcsolódik a  
fenntarthatósághoz

Marketing képzésbe  
integrálás  
lehetőségei

Egyetem szerepe