

**EÖTVÖS LORÁND TUDOMÁNYEGYETEM
PEDAGÓGIAI ÉS PSZICHOLÓGIAI KAR
Szervezet- és Vezetépszichológia Tanszék**

**„Fogyasztói motivációk, attitűdök vizsgálata,
fenntartható fogyasztási szokások felé való
elmozdulás támogatása, webináriumok”**

Kulcsszavak: fenntarthatóság, környezettudatosság, fogyasztás

Kutatási koncepció: A fogyasztói attitűdök mentén a fogyasztás mögötti értékek alakítása, a tudatos, fenntartható fogyasztás előkészítése.

Kutatási szolgáltatás: Fókuszcsoportok, kérdőíves kutatás, workshop tartása.

Mely iparág számára releváns a szolgáltatás: Kulturális- és kreatív ipar, Textil- és ruházati ipar.

Szolgáltatáshoz köthető releváns eszközök, módszertanok: Kvalitatív és kvantitatív elemeket tartalmazó kérdőíves felmérés, kiértékelés.

Kutatók: Kiss Orhidea, Szilágyi-Csüllög Mónika

Kapcsolat:

**ELTE
Innovációs Központ**

1053 Budapest, Kecskeméti utca 10-12.
innovacio@innovacio.elte.hu
+ 36 1 411 6500 / 6747

**Dr. Kiss Orhidea
ELTE PPK
Pszichológiai Intézet**

1064 Budapest, Izabella utca 46
kiss.orhidea@ppk.elte.hu
+36 1 461 4500 / 5619



EÖTVÖS LORÁND TUDOMÁNYEGYETEM

PEDAGÓGIAI ÉS PSZICHOLÓGIAI KAR

Szervezet- és Vezetépszichológia Tanszék

Szolgáltatáshoz köthető releváns publikációk:

- KISS, O., VERES Z. (2017) MOTIVATIONAL BACKGROUND OF ONLINE SHOPPING: Impulsive and Compulsive Buying in E-stores in Becerra, E. P., Chitturi, R, Daza, M., C., H., Roldan, J., C. L. ed. Latin America Advances in Consumer Research. vol. 4. pp. 50-53.
- VERES, Z., KISS, O (2017) Decision Continuum of Consumer's Sequential Product Choice, in Becerra, E. P., Chitturi, R, Daza, M., C., H., Roldan, J., C. L. ed. Latin America Advances in Consumer Research. vol. 4. pp. 48-49.
- KISS O. (2019) Az online vásárlás motivációs háttere – Impulzív és kényszeres vásárlás online boltokban in Kádi A., Kiss O. Dúll A. (szerk.) Inspirációk. Válogatott tanulmányok Faragó Klára születésnapja tiszteletére. Eötvös Kiadó. Budapest
- KISS, O., VERES, Z. (2017) Motivational Background of Online Shopping: Impulsive and Compulsive Buying in E-stores. ACR (Association for Consumer Research) Latin America Conference 2017 "From Magical Realism to Realizing Magic in the Market Place, Colombia, Cali, 6-8. july. Short paper in ACR (Association for Consumer Research) Latin America Conference 2017 "From Magical Realism to Realizing Magic in the Market Place Proceedings Vol. 4., 2018 pp. 50-53.
- VERES, Z., KISS, O. (2017) Decision Continuum of Consumer's Sequential Product Choice, ACR (Association for Consumer Research) Latin America Conference 2017 "From Magical Realism to Realizing Magic in the Market Place, Colombia, Cali, 6-8. july, Short paper in ACR (Association for Consumer Research) Latin America Conference 2017 "From Magical Realism to Realizing Magic in the Market Place Proceedings Vol. 4., 2018, pp. 48-49.
- KISS, O. (2018) Tapasztalati és materiális termékek online fogyasztásának hatása a jóllétre. Magyar Pszichológiai Társaság XXVII. Országos Tudományos Nagygyűlése, „Változás az állandóságban”, Absztrakt kötet 186-187 o., Budapest, 2018. máj. 31.-jún. 2. Budapest
- KISS, O. (2019) Dilemmas on Buying Behaviour Research: online shopping and buying. Scientific Workshop On Customer Experience – Module 3, University of Pannonia, Faculty of Business and Economics - Research Centre. Date: 22-23rd May, 2019, Veszprém
- KISS, O. (2019) E-bizalom, elégedettség és elköteleződés online vásárlási térben. Magyar Pszichológiai Társaság XXVIII. Országos Tudományos Nagygyűlése, „Összetart a sokszínűség”, Absztrakt kötet 30-31 o., 2019. máj. 30.-jún. 1. Debrecen
- KISS, O., VERES Z. (2020) On Customer Experience. International Conference on Economics and Finance Research (ICEFR), New Orleans, United States of America, 18th-19th January, 2000

