

Sajtóközlemény

Fenntartható és digitális vállalati stratégiák fejlesztését segíti a METU új nemzetközi kutatócsoportja

A Budapesti Metropolitan Egyetem kezdeményezésére kutatócsoport alakult, amelyhez több nemzetközi felsőoktatási intézmény szakértője is csatlakozott. Az újonnan létrejött **S.M.A.R.T. Kutatócsoport** (Sustainability, Media, Artificial Intelligence, Research, Transformation) célja, hogy a fenntarthatóság, a digitalizáció, a mesterséges intelligencia és a kommunikáció metszéspontjait vizsgálva ne csak a tudományos diskurzust gazdagítsa, hanem kézzelfogható megoldásokat kínáljon a vállalati szféra számára. A csoport kiemelt feladatának tekinti a hazai és nemzetközi tudományos együttműködések erősítését, valamint a fiatal kutatók és PhD-hallgatók szakmai fejlődésének támogatását.

Az információs társadalom gyors fejlődése új kihívások elé állítja a vállalatokat és döntéshozókat: a fenntarthatósági stratégiák és a digitális technológiák integrációja ma már nem lehetőség, hanem szükségszerűség. A kutatócsoport multidiszciplináris megközelítéssel keresi azokat az innovatív megoldásokat, amelyek egyszerre szolgálják a környezeti megőrzést, a gazdasági fejlődést és a hatékony kommunikációt.

Fenntarthatóság és környezettudatosság

A S.M.A.R.T. Kutatócsoport vizsgálja többek között:

- a megújuló energiaforrások elterjedését,
- a szén-dioxid-kibocsátás csökkentésének lehetőségeit,
- a klímaváltozás pszichés hatásait,
- valamint a vállalatok fenntarthatósági stratégiáinak kommunikációját.

„A fenntarthatóság nemcsak környezeti, hanem társadalmi, gazdasági hanem – kutatásaink szerint – egyre inkább egészségügyi kihívás is. Célunk, hogy tudományos eredményeink révén konkrét gyakorlati megoldásokat adjunk a vállalatoknak és döntéshozóknak” – hangsúlyozta Dr. Szeberényi András, a kutatócsoport vezetője.

Kommunikáció és digitalizáció

A digitális korszakban a marketing- és PR-kommunikáció gyökeres átalakuláson megy keresztül, amely a fogyasztói bizalomra, lojalításra és válságkezelésre is kihat. A kutatócsoport többek között az alábbi kérdésekre keresi a választ:

- hogyan alakítja át a mesterséges intelligencia a fogyasztói bizalmat és márkahűséget,
- milyen hatással van az AI a válságkommunikációra,
- miként teheti hatékonyabbá a PR-tevékenységet a célzott adatelemzés és gépi tanulás.

„A mesterséges intelligencia lehetőséget ad arra, hogy újragondoljuk a kommunikációs folyamatokat és a fogyasztói kapcsolatok kezelését. Kutatásaink célja, hogy gyakorlati útmutatót nyújtsunk a

vállalatoknak a technológia felelős és innovatív alkalmazásához” – emelte ki Ács Sarolta, a kutatócsoport alapító tagja.

Nemzetközi elismerés

A S.M.A.R.T. Kutatócsoport munkáját már most nemzetközi szinten is elismerték: a Szlovéniában megrendezett IX. Nemzetközi Tudományos Konferencián elnyerték a „Legjobb Tanulmány” díjat az *AI in Sustainable Future* kategóriában. A díjazott kutatás a mesterséges intelligencia szerepét vizsgálta a körforgásos gazdaság, az energiahatékonyság és a klímavédelem előmozdításában, külön figyelmet szentelve az etikai és társadalmi hatásoknak.