Green Journals

International Approved Journals

Journal Information

Journal Title	The Hungarian Journal of Marketing and Management
Publisher	
ISSN	2786-3395
E-ISSN	1219-0349
Database	ERIH PLUS
Domain	Life Sciences, Physical Sciences, Social Sciences

Classification History

Year	A+	A	B	C
2026			✓	
2025				
2024				
2023				
2021/2022				
2020				
2019				
2018				

Classification: The table above shows all journal classifications recorded for each classification year in the Green Journals database. A journal may have more than one classification in the same year.

Recent Articles

„Tudom, ki termeli" – helyi élelmiszer vásárlási szokások, bizalom és akadályok
2026-9-30 Vol. 60 Issue 3 Pages 32-42
Authors: Dóra Ládi, Noémi Hajdú
DOI: 10.15170/mm.2026.60.03.03

Generatív mesterséges intelligencia a felsőoktatásban: a hallgatók által észlelt tanulási haszon vizsgálata az országok fejlettségi szintjének tükrében
2026-9-30 Vol. 60 Issue 3 Pages 55-71
Authors: Szilvia Módosné Szalai, Szonja Jenei, Andrea Bencsik
DOI: 10.15170/mm.2026.60.03.05

A generatív mesterséges intelligencia által létrehozott rövid videók rejtett karbonlábnyoma: a fenntarthatósági paradoxon vizsgálata a közösségimédia-marketingben
2026-9-30 Vol. 60 Issue 3 Pages 4-18
Authors: Krisztina Finta, Dorottya Edina Kozma
DOI: 10.15170/mm.2026.60.03.01

A láthatatlan mentor: A Z generáció rejtett Gen AI-használata a tanulási folyamatokban
2026-9-30 Vol. 60 Issue 3 Pages 72-86
Authors: Gábor Róbert Sterczl
DOI: 10.15170/mm.2026.60.03.06

Fenntarthatósági tudatosság mintázatai a felsőoktatásban: stakeholder-alapú szegmentáció a Pécsi Tudományegyetemen
2026-9-30 Vol. 60 Issue 3 Pages 43-54
Authors: Petra Putzer, Beatrix Steiner, Vivien Csapi
DOI: 10.15170/mm.2026.60.03.04

Kockázatkerülő motívum és szűkösségi üzenetek szerepe a szigorodó szabályozási környezetben az online szállásfoglalási döntéseknél
2026-9-30 Vol. 60 Issue 3 Pages 87-98
Authors: Tamás Bencsik, Noémi Hajdú
DOI: 10.15170/mm.2026.60.03.07

Vizuális homofília és forráshitelesség az eWOM-kommunikációban: az arcforma szerepe hedonikus termékek értékelésénél
2026-9-30 Vol. 60 Issue 3 Pages 19-31
Authors: Botond Dudás-Kovács, Ádám Putz
DOI: 10.15170/mm.2026.60.03.02

A márkabüszkeség koncepciója és mérési lehetőségei
2026-6-30 Vol. 60 Issue 2 Pages 4-15
Authors: Anita Kéri
DOI: 10.15170/mm.2026.60.02.01

“Show me the money!”: Esports betting behaviour of Gen Z: antecedents, motivations and marketing exposure
2026-6-30 Vol. 60 Issue 2 Pages 75-85
Authors: László Molnár, Éva Angéla Halász, Dávid Uhrin
DOI: 10.15170/mm.2026.60.02.06

Fogyasztói szegmensek a mesterséges intelligenciával kapcsolatos attitűd alapján
2026-6-30 Vol. 60 Issue 2 Pages 16-33
Authors: László Molnár, Kata Horváth
DOI: 10.15170/mm.2026.60.02.02