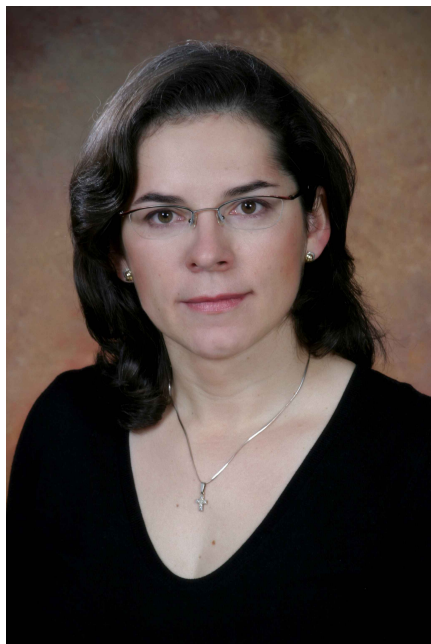




Agárdi Irma

Raktori szervezet / Marketing- és Kommunikációtudományi /
Marketingmenedzsment

Végzettségek, tudományos fokozatok

Felsőfokú végzettségek

- 1998 - 2004
Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola (főiskolai)
- 1993 - 1996
Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Marketing Szakirány (főiskolai)
- 1994 - 1996
Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Deutschsprachiger Studiengang (főiskolai)
- 1990 - 1993
Kereskedelmi és Vendéglátóipari Főiskola, Belkereskedelem (főiskolai)

Tudományos fokozatok, címek

- 2005, PhD
Budapesti Corvinus Egyetem
- 2023, Dr.Habil
Budapesti Corvinus Egyetem

Szakmai életút

Korábbi és jelenlegi munkahelyek, munkakörök és beosztások

- 1996 - 1997
Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Marketing Tanszék, tudományos segédmunkatárs
- 1998 - 2000
Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Marketing Tanszék, PhD hallgató
- 2001 - 2005
Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Marketing Tanszék, egyetemi tanársegéd
- 2005 - 2011
Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing és Média Intézet, Marketing Tanszék, egyetemi adjunktus
- 2011 -

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

- Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing és Média Intézet, Marketing Tanszék, egyetemi docens
- 2014 -
Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing és Média Intézet, Marketing Tanszék, Kereskedelmi Kutatóközpont vezetője

Egyetemi közéleti tevékenységek (testületi tagságok, vezetői megbízatások)

- 2023 -
Marketing MSc szakfelelős

Felügyelőbizottsági és igazgatósági tagságok

- 2024 -
Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért, felügyelőbizottsági tag
- 2021 -
Magyar Közgazdasági Társaság Kereskedelmi Szakosztály, elnökségi tag
- 2022 -
MTA Gazdálkodástudományi Bizottság, IX. osztály albizottsági tag

Fontosabb tanulmányutak, kiküldetések

- 1997, 1 év
Passaui Egyetem (junior kutató)
- 2003, 1 hónap
HEC, Jouy-en-Josas (meghívott kutató)
- 2001, 1 hét
EDEN Doctoral Seminar on Building Models for Marketing Decisions, Brüsszel
- 2008, 3 nap
PLS modell szeminárium, Hamburg
- 2011, 2 hét
International Management Teaching Academy, CEEMAN Slovenia
- 2014, 3 nap
Zürich Alkalmazott Tudományok Egyeteme (vendégelőadó)
- 2006, 1 hónap
Bécsi Közgazdaságtudományi Egyetem (CEEPUS oktatói mobilitás)
- 2007, 1 hét
Babes-Bolyai Egyetem, Marketing Tanszék
- 2015, 3 nap
Zürich Alkalmazott Tudományok Egyeteme (vendégelőadó)
- 2016, 3 nap
Zürich Alkalmazott Tudományok Egyeteme (vendégelőadó)
- 2015, 4 nap
Babes-Bolyai Egyetem (vendégelőadó)
- 2019, 1 hét
Academic Teaching Excellence kurzus, British Council
- 2018, 1 hét
Babes-Bolyai Egyetem (vendégelőadó)
- 2021, 1 hét
Horizon Europe pályázati tréning
- 2024, 1 hét
ESPM Sao Paulo, Brazil Summer University course

Díjak, címek, kitüntetések

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

- 2005, Harsányi István Díj
Szervezési és Vezetési Tudományos Társaság
- 2010, Marketing-szakkönyv Díj
MTA Marketingbizottság
- 2017, EMOK 2017. konferencia legjobb előadás díj
EMOK
- 2015, Pro Scientia témavezetői oklevél
Országos Tudományos Diákköri Tanács

Nyelvismeret

Nyelv	Beszéd	Írás	Olvasás	Médiaszereplés t vállal-e rajta?
angol	felső	felső	felső	
német	felső	felső	felső	

Kutatás, szakértői tevékenység

Fontosabb, oktatott tárgyak, témakörök:

Retailing Management, Retail Experience, Channel Design, Customer Relationship Management (CRM) PhD Seminar on Developing Research Concepts and Models

Tudományterület és tudományág:

Gazdálkodás- és szervezéstudományok

Jelenlegi kutatási témák:

Digitális és nem-digitális innovációs hatása a kiskereskedők pénzügyi teljesítményére, NRC mobilfizetés elfogadása az X és Z generációban Digitalizáció hatása a kiskereskedelemre Rövid ellátási láncok mint társadalmi innovációk

Korábbi kutatási témák:

Kiskereskedelmi innováció Üzleti modellek a kiskereskedelemben CRM Panoráma: szolgáltató vállalatok CRM tevékenysége Többcsatornás értékesítés szervezeti képességei Érzékszervi marketing a kiskereskedelemben Kompetitív hatások a kiskereskedelemben Kiskereskedelem hazai és nemzetközi tendenciái Fogyasztói Bizalmi Index Privatizáció hatása a vállalatok marketingstratégiájára

Fontosabb kutatások

- 1996 - 1998, A privatizáció hatása a vállalatok marketingstratégiájára
Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
Finanszírozó: EU ACE projekt
További információk a kutatásról:

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

- 1996 - 2003, Fogasztói Bizalmi Index
Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
Finanszírozó: Marketing Tanszék, Survey Center
További információk a kutatásról:
 - 1997 - 2000, Hatékonyság és teljesítmény a kiskereskedelemben
Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
Finanszírozó: OTKA
További információk a kutatásról:
 - 1998 - 2000, A magyar lakosság értékrendje és munkahelyi értékek
Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
Finanszírozó: OTKA
További információk a kutatásról:
 - 2000 - 2000, Regionális attitűdök vizsgálata az EUROMOVE régióban
Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
Finanszírozó: EU
További információk a kutatásról:
-
- 2001 - 2001, A magyar kereskedelempolitika megalapozása
Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
Finanszírozó: Gazdasági Minisztérium
További információk a kutatásról:
 - 2001 - 2004, A horizontális stratégiai szövetségek hatása a kiskereskedelmi vállalatok
Részvétel formája: kutatásvezető
Finanszírozó: Gazdálkodástani Ph.D. program
További információk a kutatásról:
 - 2005 - 2006, A vállalatközi kapcsolatok működtetése.
Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
Finanszírozó: Versenyképesség Kutatóközpont
További információk a kutatásról:
 - 2006 - 2007, Kompetitív hatások a kiskereskedelemben
Részvétel formája: kutatásvezető
Finanszírozó: OMAI Posztdoktori ösztöndíj
További információk a kutatásról:
 - 2011 - 2012, Marketing és vállalatközi kapcsolatok
Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
Finanszírozó: Versenyképesség Kutatóközpont
További információk a kutatásról:
 - 2013 - 2015, Többcsatornás értékesítés szervezeti képességei
Részvétel formája: kutatásvezető
Finanszírozó: Versenyképesség Kutatóközpont
További információk a kutatásról:
 - 2010 - 2011, A haptikus érzékelés szerepe a fogyasztók csatornaválasztásában.
Részvétel formája: kutatásvezető
Finanszírozó:
További információk a kutatásról:

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

- 2014 - 2016, CRM Panoráma: szolgáltató vállalatok CRM tevékenysége

Részvétel formája: kutatásvezető

Finanszírozó:

További információk a kutatásról: A vevőkapcsolat-menedzsment (CRM – Customer Relationship Management) mintegy két évtizede jelent meg a vállalati gyakorlatban és ma már számos iparágban elterjedt üzleti megoldásként működik. Nem csupán új szektorok fedezték fel a CRM-tevékenységben rejlő lehetőségeket, hanem a CRM-megoldások köre is jelentősen bővült. A CRM Panoráma a Budapesti Corvinus Egyetem Kereskedelem Kutatóközpontjának és a L&P Solutions tanácsadó cég közös kutatása. A felmérés célja, hogy több iparágat átfogó körképet adjon a hazai vállalatok CRM-tevékenységéről. Megközelítésünk alapján a CRM tevékenység középpontjában az új ügyfelek megnyerése, a meglévő ügyfélkapcsolatok erősítése, továbbá az ügyfelek forgalomhoz és nyereséghez való hozzájárulásának növelése áll. A kutatás során feltáró szakértői interjúkat készítettünk, amelyek lehetővé tették iparágakon átívelő, illetve szektor-specifikus CRM-gyakorlatok tanulmányozását. Az interjúalanyok a vállalatok CRM terület vezetői voltak. Az interjúk az alábbi öt iparág vállalatai közül kerültek ki: banki szolgáltatások; biztosítás távközlés; kiskereskedelem; szállodaipar.

- 2014 - , Kiskereskedelmi innováció

Részvétel formája: kutatásvezető

Finanszírozó:

További információk a kutatásról: A kutatási projekt nemzetközi kiskereskedelmi vállalatok innovációs tevékenységét elemzi. A projekt célja, hogy a szektor innovációs tevékenységének jellegzetes formáit feltárja, illetve megvizsgálja, hogy az innováció és a diverzifikáció hogyan befolyásolja a nemzetközi üzlethálózatokkal rendelkező, európai kiskereskedelmi vállalatok teljesítményét. A kutatás egyrészt a kiskereskedelmi innovációs tevékenység mélyebb megértéséhez járul hozzá, másrészt az innováció és a diverzifikáció kapcsolatát elemzi. A kutatás eredményei a vállalatok számára legjobb gyakorlatokat azonosítanak, illetve útmutatást adnak az innovációs és diverzifikációs tevékenység sikerebb összehangolására.

- 2014 - , Üzleti modellek a kiskereskedelemben

Részvétel formája: kutatásvezető

Finanszírozó:

További információk a kutatásról: A vállalatok által alkalmazott üzleti modellek fontos szerepet játszanak az élelmiszer-kiskereskedelem változásaiban. Ennek ellenére az üzleti modell fogalmát a menedzsment és a kiskereskedelmi szakirodalom is általában nagyvonalúan kezeli, kevésbé törekszik más vállalatgazdasági fogalmakhoz, mint pl. a stratégia, vagy innováció, való viszonyának tisztázására. Az üzleti modellek vizsgálatát bonyolítja, hogy számos kiskereskedelmi vállalat egyidejűleg több üzleti modellt képviselő formátummal fedi le a keresletet. A kereskedelmi kutatások az üzleti modelleket gyakran kereskedelmi formátum fogalommal írják le, amely eltérő boltípusokat (pl. hipermarket, kisbolt stb.), illetve bolt nélküli kereskedelmet (házhozszállítás, e-kereskedelem stb.) jelent. A kutatás a magyar piacvezető élelmiszer-kereskedelmi vállalatok adatainak elemzésén keresztül az üzleti modelleket, azok alkotóelemeit mutatjuk be, melynek eredménye a fogalom pontosabb meghatározása és egy kibővített tipológia létrehozása.

- 2018 - 2019, Rövid ellátási láncok mint társadalmi innovációk

Részvétel formája: a kutatócsoport tagja

Finanszírozó: EFOP-3.6.2-16-2017-00007

További információk a kutatásról: A kutatás középpontjában az áll, hogy a hazai élelmiszer vonatkozású társadalmi innovációs hálózatokban mi jellemzi az értékláncokat, az egyes szerepeket elsősorban a termelők és disztribútorok szempontjából, valamint milyen tudásmegosztási megoldásokat (milyen tudást, milyen csatornán, kik, milyen motivációból) használnak. Kapcsolódó kutatási kérdéseink: Hogyan hozhatók helyzetbe a társadalmilag innovatív megoldások az élelmiszer ellátási láncokban? Milyen társadalmi jellemzőkkel és hatásokkal rendelkeznek a

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

globális gazdaságban is sikeres társadalmilag innovatív ellátási láncok? Milyen tudásmegosztási megoldások szolgálják ezeknek az ellátási láncoknak a fenntarthatóságát? Várható eredmény: a helyi, regionális gazdaságot erősítő társadalmi innovációs hálózatok fejlesztése az ellátási lánc megoldások kritikai föltárása révén.

- 2018 - 2019, Digitális innovációk a kiskereskedelemben

Résztétel formája: kutatásvezető

Finanszírozó: EFOP-3.6.3.-VEKOP-16-2017-00007

További információk a kutatásról: A kiskereskedelmi technológiai változások legfőbb hajtóereje a digitalizáció. Napjainkra a folyamat felgyorsult, a digitalizáció átjárja a teljes kiskereskedelmi szektort és már a fizikai üzletek kosárértékének 56%-át is a digitális interakciók befolyásolják (Deloitte, 2018). A kutatás arra a kérdésre keresi választ, hogy az élelmiszer-kiskereskedők digitális innovációira milyen mintázatok jellemzők, hogyan alakítják át a digitális megoldások az üzletben zajló értékesítési tevékenységet, hogyan kapcsolódnak össze az online és offline kiskereskedelmi csatornák, valamint a megvalósított digitális innovációk összefüggésbe hozhatók-e a vállalatok teljesítményével és a válság alatti fejlődésével. A kutatás egyik fontos alappillére az a kiskereskedelmi innovációkat és vállalati adatokat tartalmazó, 2007-2017 időszakot felölelő adatbázis, amely nemzetközi élelmiszer-kiskereskedőket foglal magában.

- 2019 - , Do generations differ in accepting mobile payment?

Résztétel formája: a kutatócsoport tagja

Finanszírozó:

További információk a kutatásról: Consumers use increasingly their mobile phone to pay for products and services. Research on mobile payment assumed that the younger consumers are more likely to use the new payment method than older consumers because they have more affinity to new technology. Therefore, we aim to compare the mobile payment acceptance between different generations. We conducted an online survey among generation Z and X. The sample had been analysed with multi-group SEM. Our findings showed that the technology acceptance are driven mostly by perceived compatibility, usefulness, subjective norms, ease of use and enjoyment related to mobile payment. Surprisingly, only the ease of use showed difference between the two generations. Usefulness, compatibility, enjoyment and subjective norms revealed similar effects on the intended use of mobile payments of both generations.

- 2020 - , Automatizált, élethelyzet alapú, valós idejű döntéstámogató keretrendszer

Résztétel formája: a kutatócsoport tagja

Finanszírozó: GINOP 2018-1.3.1-VKE Versenyképességi és Kiválósági Együttműködések

További információk a kutatásról: A projekt célja egy mesterséges intelligencia vezérelt, élethelyzet alapú döntéstámogató keretrendszer, technológia kifejlesztése. A rendszer egy olyan, big data alapú vizsgálati, elemzési tevékenységet valósít meg, melynek eredményeként egy termelő, szolgáltató cég, közigazgatási egység vagy természetes személy az élethelyzetére szabott támogatást kap. Ez azt jelenti, hogy a rendszer belső és külső adatforrások előzetes és real-time elemzése, további adatokkal történő dúsítása és az élethelyzet figyelése alapján olyan javaslatokat tesz, amely az adott munkafolyamatot, szolgáltatást javítani, az ügyfélkiszolgálást illetve az értékesítést támogatni tudja.

- 2019 - 2020, Élethelyzet-alapú magatartáselőrejelzés pénzügyi piacon

Résztétel formája: a kutatócsoport tagja

Finanszírozó: GINOP-2.2.1-18-2018-00010

További információk a kutatásról:

Tagság tudományos vagy szakmai szervezetben, testületben

- 2003 - , tag,

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

European Marketing Academy, nemzetközi

- 2005 - , tag,
MTA Gazdálkodástudományi Bizottság, országos
- 2003 - , Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért, tag
, országos

Szakértői tanácsadási tevékenységek

- 2005 - 2005
Malév ZRt., A Malév utasok utazási szokásainak modellezése.
- 2007 - 2007
Malév ZRt., A oneworld csatlakozás hatása a Malév márkaértékére és -imázsára
- 2009 - 2009
Magyar Posta, A Magyar Posta kétütemű lojalitásprogramjának tervezése
- 2011 - 2011
Magyar Telekom, KPI meghatározás 360 fokos marketing-megoldások esetében
- 2013 - 2013
Európai Bizottság, Kutatási és Innovációs Főigazgatóság, Kiskereskedelmi innováció az Európai Unióban
- 2014 - 2014
, CRM tréning az Uniq a biztosító számára
- 2019 - 2019
SPAR Magyarország Kft., A nemzetközi élelmiszer-kiskereskedelem trendjei és benchmark lehetőségek

Publikációk

- [MTMT](#)
- [Scopus](#)

Elérhetőségek

Egyetemi tartózkodási hely

- Épület: Központi épület - Fővám tér 8.
Szobaszám: E355
Mellék: 5275
Fővonal: 482-5275
Fax: 482-5236
Belső fax: 5236

E-mail cím: irma.agardi@uni-corvinus.hu

Fogadóóra:

Kedd 14.00-15.30, E355

Egyéb szakmai profilok

LinkedIn: <https://hu.linkedin.com/in/ag%C3%A1rdi-irma-4a5a0114>

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

MTMT: <https://m2.mtmt.hu/gui2/?type=authors&mode=browse&sel=10001123>

Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=r0Tg6KEAAAAJ&hl=en>
