



Agárdi Irma

Marketing Intézet / Marketingmenedzsment Tanszék
Aktuális besorolás: egyetemi docens

Végzettségek, tudományos fokozatok

Felsőfokú végzettségek

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

Tudományos fokozatok, címek

- 2005, PhD
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 -
Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing és Média Intézet, Marketing Tanszék, egyetemi docens
- 2014 -

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing és Média Intézet, Marketing Tanszék, Kereskedelmi Kutatóközpont vezetője

Egyetemi közéleti tevékenységek (testületi tagságok, vezetői megbízatások)

- 2019 - 2019
Gazdálkodási Kar Kutatási Bizottság 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)

Díjak, címek, kitüntetések

- 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	Média szereplést vállal e rajta?

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

angol	felső	felső	felső	
német	felső	felső	felső	

Kutatás, szakértői tevékenység

Fontosabb, oktatott tárgyak, témakörök:

Kereskedelemgazdaságtan
Értékesítési rendszerek
Ügyfélérték-menedzsment (CRM)
Customer Relationship Management (CRM)
PhD Seminar on Developing Research Concepts and Models

Tudományterület és tudományág:

Gazdálkodás- és szervezéstudományok

Jelenlegi kutatási témák:

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:
- 1996 - 2003, Fogyasztói 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

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

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:
- 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-

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

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 üzlethálózattal 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 sikeresebb 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 bolttípusokat (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 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

Részvétel formája: kutatásvezető

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

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 alappilléret adja 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?

Részvétel 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

Részvétel 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.

Tagság tudományos vagy szakmai szervezetben, testületben

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

Szerkesztőbizottsági tagságok és pozíciók

- 2010 - 2019, szerkesztőbizottság titkára,
- 2017 - 2018, , a szerkesztőség tagja, vezetője
magyar nyelvű

Munkatársi önéletrajz: Agárdi Irma

- 2018 - , szerkesztőség vezetője, a szerkesztőség tagja, vezetője magyar nyelvű

Szakértői tanácsadási tevékenységek

- 2005 - 2005
Malév ZRt., A Malév utasok utazási szokásainak modellezése.
 - 2006 - 2006
T-Mobile, A fogyasztók várható reakciói a termékcsomagokra
 - 2007 - 2007
Malév ZRt., A oneworld csatlakozás hatása a Malév márkáértékére 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 Uniqa biztosító számára
-
- 2019 - 2019
SPAR Magyarország Kft., A nemzetközi élelmiszer-kiskereskedelem trendjei és benchmark lehetőségek

Publikációk

- [MTMT](#)

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 14.30-16.00