

Dr. Csordás Tamás Viktor

Egyetemi Adjunktus / Assistant Professor
Rektori szervezet / Marketing- és Kommunikációtudományi Intézet / Marketing- és Designkommunikáció Tanszék

Végzettségek, tudományos fokozatok

Felsőfokú végzettségek

- 2009 - 2016
  Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola (főiskolai)
- 2007 - 2009
  Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodási szak, Marketing főszakirány (főiskolai)
- 2003 - 2007
  Budapesti Gazdasági Főiskola, Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Külgazdasági szak, Médiamenedzser szakirány (főiskolai)
- 2003 - 2006
  Université de Picardie Jules Verne, Licence Economie et gestion (főiskolai)
- 2014 - 2016
  Budapesti Corvinus Egyetem, Szakfordító (főiskolai)

Tudományos fokozatok, címek

- 2016, PhD
  Budapesti Corvinus Egyetem

Szakmai életút

Korábbi és jelenlegi munkahelyek, munkakörök és beosztások

- 2012 - 2016
  Budapesti Corvinus Egyetem, Média, Marketingkommunikáció és Telekommunikáció Tanszék, tudományos segédmunkatárs
- 2009 - 2012
  Budapesti Corvinus Egyetem, Média, Marketingkommunikáció és Telekommunikáció Tanszék, Phd-hallgató
- 2016 -
  Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing-, Média- és Designkommunikáció Tanszék, egyetemi adjunktus

Fontosabb tanulmányutak, kiküldetések

- 2017, 1 hét
  Zágrábi Egyetem
- 2012, 1 hét
  Jönköping International Business School [JIBS] – Media Management and Transformation Centre [MMTC]

Nyelvismeret

Nyelv	Beszéd	Írás	Olvasás	Médiaszereplést vállal-e rajta?
francia	felső	felső	felső	
angol	felső	felső	felső	

Kutatás, szakértői tevékenység

Fontosabb, oktatott tárgyak, témakörök:

Online és digitális marketingMarketingkommunikáció alapjaiMédiagazdaságtanMédiaismeretKommunikációs stílusgyakorlatokMarketing

Tudományterület és tudományág:

Gazdálkodás- és szervezéstudományok

Jelenlegi kutatási témák:

a fogyasztók hatalommal való felruház(ód)ásaaz új média térnyerésével kapcsolatos fogyasztói magatartás változásaaz online információterjedés folyamata és sajátosságaia felhasználók által előállított tartalmak marketing(kommunikációs) jelentőségeaz új média kollaboratív üzleti modelljei és marketing(kommunikációs) vonatkozásaikvalitatív kutatási technikák

Fontosabb kutatások

- 2009 - 2016, A fogyasztói részvétel mint marketingkommunikációs eszköz a digitális médiában
  Részvétel formája:
  Finanszírozó:
  További információk a kutatásról: doktori kutatás

- 2013 - 2016, CRE8TV.EU–320203
  Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
  Finanszírozó: Európai Bizottság Kutatási és Technológiafejlesztési HetedikKeretprogram (FP7)
  További információk a kutatásról: http://www.cre8tv.eu/

- 2017 - 2018, EFOP-3.6.1-16-2016-00013,
  Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
  Finanszírozó: EFOP (Emberi-erőforrás Fejlesztési Operatív Program)
  További információk a kutatásról:

- 2018 - , H2020-788047:
  Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
  Finanszírozó: Európai Bizottság H2020 keretprogram
  További információk a kutatásról: https://cordis.europa.eu/project/rcn/214910_en.html

- 2017 - 2017, KÖFOP-2.1.2-VEKOP-15-2016-00001
  Részvétel formája: a kutatócsoport tagja
  Finanszírozó: KÖFOP (Közszolgáltatás- Fejlesztési Operatív Program)
  További információk a kutatásról:

Tagság tudományos vagy szakmai szervezetben, testületben

- 2017 - , Köztestületi tag, tag
  MTA, országos

Elérhetőségek

Egyetemi tartózkodási hely

- Épület: Főépület
  Szobaszám: E337
  Mellék: 5390
  Fővonal:
  Fax:
  Belső fax:

E-mail cím: tamas.csordas@uni-corvinus.hu
Személyes honlap: marketing.uni-corvinus.hu

Egyéb szakmai profilok

LinkedIn: https://www.linkedin.com/in/tcsordas

MTMT: https://m2.mtmt.hu/gui2/?type=authors&mode=browse&sel=10033308