



Dr. Nyirő Nóra

adjunktus

Gazdálkodástudományi Kar
[Marketing-, Média- és
Designkommunikáció Tanszék](#)

Karrier

Felsőfokú végzettségek:

- 1997 - 2002
Budapesti Közgazdasáttudományi és Államigazgatási Egyetem, Okleveles közgazdász,
Vezetés-Szervezés főszakirány, Marketingkommunikációs mellékszakirány

Tudományos fokozatok, címek::

- 2011, PhD
Budapesti Corvinus Egyetem

Korábbi és jelenlegi munkahelyek, munkakörök és beosztások:

- 2012 -
Budapesti Corvinus Egyetem, Egyetemi adjunktus
- 2002 - 2005
OMD Hungary Kft., Médiatervező
- 2013 -
OMD Hungary, Ügyfélkapcsolati igazgató
- 2007 - 2011
Budapesti Corvinus Egyetem, Tudományos segédmunkatárs
- 2005 - 2007
Peugeot Hungária Kft., Kommunikáció felelős

Fontosabb tanulmányutak, kiküldetések:

- 2012, 2 hét
University of Zagreb
- 2009, 1 hónap
Wirtschaftsuniversität Wien

- 2012, 3 hét
IESE International Business School, University of Navarra
- 2010, 6 hét
Media Management and Transformation Centre at Jönköping International Business School

Díjak, címek, kitüntetések:

- 2009, Tudományos pályázat díj
Sándor Imre Marketingkommunikáció Alapítvány

Nyelvismeret

Nyelv	Írás	Beszéd	Olvasás	Média szereplést vállal rajta?
angol	Közép	Közép	Felső	Igen
francia	Felső	Felső	Felső	Igen

4. Kutatás, szakértői tevékenység

Fontosabb oktatott tárgyak, témakörök

Online és digitális marketing, Médiaismeret, Médiagazdaságtan, Média és Reklámkutatás
Marketingkommunikáció, Marketingkommunikációs stratégia

Kutatás

Tudományterület és tudományág: Gazdálkodás- és szervezéstudományok

Jelenlegi kutatási témák: Médiafogyasztási szokások, Médiaipiaci trendek, Médiahasználat változása az új technológiák hatására, médiatechnológiai innovációk elfogadása és terjedése: Online rádiózás, digitális televíziózás

Marketingkommunikáció az online környezetben

Nagyközönség változás, a résztvevő, participatív közönség megjelenése

Fontosabb kutatások:

- **2008** - Time-shifting, a késleltetett televíziózás

Részvétel formája: a kutatócsoport tagja

Finanszírozó:

További információk a kutatásról:

- **2012** - Webdatanet

Részvétel formája: a kutatócsoport tagja

Finanszírozó: COST IS1004

További információk a kutatásról: WEBDATANET is a unique multidisciplinary European network bringing together leading web-based data collection experts, (web) survey methodologists, psychologists, sociologists, linguists, economists, media researchers, Internet scientists and public opinion researchers from 22 European Member States. By addressing methodological issues of web-based data collection (surveys, experiments, tests, non-reactive data collection, and mobile Internet research) and fostering its scientific usage WEBDATANET aims to contribute to the theoretical and empirical foundations of web-based data collection, stimulate its integration into the entire research process (i-science), and enhance the integrity and legitimacy of these new forms of data collection.

- **2010** - Transforming audiences transforming societies

Részvétel formája: a kutatócsoport tagja

Finanszírozó: COST IS0906

További információk a kutatásról: The COST Action "Transforming Audiences, Transforming Societies" coordinates research efforts into the key transformations of European audiences within a changing media and communication environment, identifying their complex interrelationships with the social, cultural and political areas of European societies.

Tagság tudományos vagy szakmai szervezetben, testületben:

- 2010 - , tag
European Media Management Association
- 2012 - , tag
COST Action IS1004 - Webdatanet
- 2012 - , tag
European Marketing Academy
- 2010 - , Short Term Scientific Mission Coordinator
COST Action IS0906 - Transforming Audiences Transforming Society
- 2009 - 2010, tag
European Advertising Academy

Egyéb elérhetőségi információk (pl. Skype, MSN, mobil, stb)

Személyes honlap:

www.mediapiac.com/blogzona/kozonsseg-blog/