



## Agárdi Irma

Rektori 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, 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  
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 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

# 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  
Részvétel 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 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.
- 2019 - 2020, Élethelyzet-alapú magatartáselőrejelzés pénzügyi piacon  
Részvétel 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 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](#)
- [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](mailto: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>

---

---