

SZEMÉLYI ADATOK

Dr. Nagy Ákos András



📍 Rákóczi út. 80., 7622 Pécs (Magyarország)

☎ +36)303547371

✉ nagy.akos@ktk.pte.hu

<https://ktk.pte.hu/hu/munkatarsak/dr-nagy-akos>

SZAKMAI TAPASZTALAT

2016. 12. –jelenleg

adjunktus

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs (Magyarország)

oktatás, kutatás, tanácsadási és piackutatási munkák végzése projekt alapon

2011. 09. –2016. 12.

egyetemi tanársegéd

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs (Magyarország)

oktatás, kutatás, tanácsadási munkák végzése projekt alapon

2008. 09. –2011. 09.

Phd hallgató

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs (Magyarország)

oktatás, kutatás, tanácsadási munkák végzése projekt alapon

2008. –2010.

marketing tanácsadó

MarkCon Kommunikációs Kft., Pécs (Magyarország)

Tanácsadói dokumentumok, kommunikációs és marketingtervek készítése

2007. –2008.

gyakornok

MarkCon Kommunikációs Kft., Pécs (Magyarország)

Tanácsadói dokumentumok, kommunikációs és marketingtervek készítése

2005. –2006.

gyakornok

American Corner Pécs, Pécs (Magyarország)

programok szervezése, meghirdetése, lebonyolítása, weblap szerkesztése, támogatók gyűjtésének stratégiájának kidolgozása

2005. 01. –2005. 11.

shift leader

YMCA Internship program keretén belül, Dunkin Donuts, Easton, Maryland, USA, Easton, MD (Amerikai Egyesült Államok)

az adott műszakban teljes körű felelősségvállalás az értékesítési folyamat megszervezéséért és lebonyolításáért, a menedzseri munkakör betöltéséért

TANULMÁNYOK

2019 - 2023

Executive Certificate in Strategy and Innovation

MIT Sloan School of Management

2008. –2016. **PhD.**
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs (Magyarország)
Doktori értekezés címe: ONLINE VÁSÁRLÓK VÉLEMÉNYVEZÉR MAGATARTÁS ALAPÚ ÜGYFÉLÉRTÉKELÉSE
2002. –2008. **okleveles közgazdász (Msc)**
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs (Magyarország)
közgazdasági és vállalati döntéshozatallal kapcsolatos (pénzügy, számvitel, marketing, menedzsment) tárgyak
2006. –2009. **Diplom Volkswirt**
Fernuniversität in Hagen, Hagen (Németország)
szolgáltatásmenedzsment, gazdasági informatika, marketing

SZEMÉLYES KÉSZSÉGEK

Anyanyelve magyar

Egyéb nyelvek

	SZÖVEGÉRTÉS		BESZÉD		ÍRÁS
	Hallás utáni értés	Olvasás	Társalgás	Folyamatos beszéd	
angol	C2	C2	B2	B2	B2
német	C2	C2	B1	B1	B1

Szintek: A1 és A2: Alapszintű felhasználó - B1 és B2: Önálló felhasználó - C1 és C2: Mesterfokú felhasználó
Közös Európai Nyelvi Referenciakeret

Kommunikációs készségek jó kommunikációs és előadói készségek

Szervezési/vezetői készségek projektvezetői képességek, projekt- vagy csapatirányítási tapasztalat

Munkával kapcsolatos készségek csapatszellem, vezetési képességek, külföldi munkám során elsajátított jó alkalmazkodási készség akár multikulturális környezethez is;

Digitális készségek

ÖNÉRTÉKELÉS				
Információ-feldolgozása	Kommunikáció	Tartalom létrehozása	Biztonság	Probléma-megoldás
mesterfokú felhasználó	mesterfokú felhasználó	önálló felhasználó	önálló felhasználó	mesterfokú felhasználó

Digitális készségek - Önértékelő táblázat

a Microsoft Office™ eszközök (Word™, Excel™ és PowerPoint™) megfelelő ismerete
SPSS és AMOS, PLS szoftverek ismerete

Járművezetői engedély(ek) B

KIEGÉSZÍTŐ INFORMÁCIÓK

Tagságok

Magyar Tudományos Akadémia IX. Gazdaság- és Jogtudományok Osztálya - köztestületi tag
EMOK – Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért elnökségi tag

Kutatások / Projektek - referenciák

MOL – Adatelemzési csoport résztvevője a PTE KTK-n, CX mérési módszertan kialakítása
Kontakt Elektro Kft. – Hidrogén tüzelőanyag cellás kishajó piaci kereslet előrejelzése - szakértői mélyinterjúk készítése, elemzése
BKV – MOL Bubi – fókuszcsoportok vezetése
Edenred – mélyinterjúk készítése, fókuszcsoportok vezetése
PTE – médiafogyasztásra, közösségi media használatra vonatkozó kutatás
Fundamenta – lakossági célcsoport esetében kvalitatív kutatás (fókuszcsoportok moderálása, mélyinterjúk készítése, elemzések elvégzése, tanulmányírás)
MAVIZ – benchmarking kutatás
Dunántúli Napló – olvasottsági kutatás (fókuszcsoportok vezetése, tanulmányírás)
Magyar Posta (szekunder irodalomkutatás, mélyinterjúk készítése)
AGORA ApartHotel piacfelmérő kutatás (kvantitatív adatelemzés)
Dunántúli Gépipari Klaszter – kereslet előrejelzés (mélyinterjúk készítése)
Hőszig Kft. – piackutatás (mélyinterjúk készítése, tanulmányírás)

EFOP 3.4.3. - 16-2016-0005

Marketing munkacsoport vezető

EFOP-3.6.1-16-2016-00004

Generációkutatás projektem szakmai megvalósító

OTKA kutatás (2013-2017): The Impact of the Integrated Model of Consumer Satisfaction, Loyalty and Value on the Economic Outcome

TÁMOP-4.2.2.A-11/1/KONV-2012-0058

Energiatermelési, energiafelhasználási és hulladékgazdálkodási technológiák vállalati versenyképességi, városi és regionális hatásainak komplex vizsgálata és modellezése

5. munkacsoport: Az ökológiailag fenntartható technológiák társadalmi elfogadottságának vizsgálata

Kiemelt publikációk

Nagy, Ákos

Marketingkommunikáció – reklám, PR, értékesítésösztönzés

In: Rekettye, Gábor; Törőcsik, Mária; Hetesi, Erzsébet (szerk.) Bevezetés a marketingbe

Budapest, Magyarország : Akadémiai Kiadó (2022) 396 p. Paper:

https://mersz.hu/hivatkozas/m998bam_f12_p1/#m998bam_f12_p1

Nagy, Ákos ; Németh, Péter ; Kemény, Ildikó ; Szűcs, Krisztián

Webrooming és showrooming Magyarországon: Omnichannel vásárlói magatartás a sportcikk piacán

VEZETÉSTUDOMÁNY 53 : 7 pp. 79-93.

Nagy Ákos András ; Hornyák Miklós ; Fűrész Diána Ivett ; Erdős Sándor

Úton a körforgásos gazdaság felé : Szisztematikus irodalomlelemzés.
KÖZGAZDASÁGI SZEMLE (0023-4346): 68 10 pp 1109-1129 (2021)

Nagy, Ákos ; Kemény, Ildikó ; Szűcs, Krisztián ; Simon, Judit ; Kehl, Dániel
A véleményformáló magatartás mint másodrendű látens változó modellezése PLS-alapú strukturális egyenletek módszerével
STATISZTIKAI SZEMLE 97 : 9 pp. 827-854. , 28 p. (2019)

Töröcsik, M ; Szűcs, K. ; Nagy, Á. ; Lázár, E.
Életstílus kutatások és a marketing. Életstílus-csoportok Magyarországon a digitalizáció korában
REPLIKA : 111 pp. 63-86. , 24 p. (2019)

Szűcs, Krisztián ; Lázár, Erika ; Nagy, Ákos
Netnográfia a turizmuskutatásban
In: Csapó, János; Gonda, Tibor; Raffay, Zoltán (szerk.) Turizmus, fogyasztás, generációk : II. Nemzetközi Turizmus Konferencia: Tanulmánykötet
Pécs, Magyarország : Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, (2019) pp. 209-216. , 8 p.

Gerdesics, V. ; Nagy, Ákos ; Csapó, J.
A VR nyitottság hatása a helyimázs kialakulását befolyásoló tényezőkre
MARKETING ÉS MENEDZSMENT 53 : 3 pp. 5-15. , 11 p. (2019)

Szűcs, Krisztián ; Nagy, Ákos ; Töröcsik, Mária
Szekunder adatok relevanciája az alkalmazott marketingkutatásban
In: Csapó, János; Gerdesics, Viktória; Töröcsik, Mária (szerk.) Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet
Pécs, Magyarország : Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar (PTE KTK), (2018) pp. 215-222. , 8 p.

Nagy Ákos András, Kemény Ildikó, Szűcs Krisztián, Simon Judit, Kiss Viktor
Are opinion leaders more satisfied? Results of a sem model about the relationship between opinion leadership and online customer satisfaction
SOCIETY AND ECONOMY 39:(1) pp. 141-160. (2017)

Nagy Ákos András, Kemény Ildikó, Szűcs Krisztián, Simon Judit
Az ügyfélértékelési modellek szájreklámmal történő bővítésének irányai, eredményei
MARKETING ÉS MENEDZSMENT 11:(EMOK különszám) pp. 14-27. (2017)

Kemény Ildikó, Simon Judit, Nagy Ákos, Szűcs Krisztián
Measuring quality perception in electronic commerce: a possible segmentation in the Hungarian market
INDUSTRIAL MANAGEMENT & DATA SYSTEMS 116:(9) pp. 1946-1966. (2016)

Nagy Ákos, Szűcs Krisztián, Kemény Ildikó, Simon Judit
SZŰKMARKÚAK, SZÓSZÓLÓK, NAGYVONALÚAK, BAJNOKOK?: A magyar online vásárlók ügyfélérték és vélemény-formáló magatartás szerint szegmentálva
JEL-KÉP: KOMMUNIKÁCIÓ KÖZVÉLEMÉNY MÉDIA 2016:(4) pp. 32-49. (2016)

Nagy Ákos András, Kemény Ildikó, Szűcs Krisztián, Simon Judit

Az ügyfélértékelési modellek szájraklással történő bővítésének irányai, eredményei

In: Fehér András, Kiss Virág Ágnes, Soós Mihály, Szakály Zoltán (szerk.)

EMOK XXII. Országos konferencia 2016 Tanulmánykötet: Hitelesség és értékorientáció a marketingben. 765 p.

Konferencia helye, ideje: Debrecen, Magyarország, 2016.08.29-2016.08.31. Debrecen: Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 2016. pp. 107-117.

Nagy Ákos András, Kemény Ildikó, Szűcs Krisztián, Simon Judit

The Relationship of Online Word-Of-Mouth Behaviour to Customer Satisfaction

In: Maja Arslanagić-Kalajdžić, Selma Kadić-Maglaljić (szerk.)

7th EMAC REGIONAL CONFERENCE: Where the East kisses the West: Marketing Convergence and Divergence in the New Europe. Konferencia helye, ideje: Sarajevo, Bosznia-Hercegovina, 2016.09.14-2016.09.16. Brussels: European Marketing Academy (EMAC), 2016. p. 62. 1 p.

Kemény Ildikó, Simon Judit, Nagy Ákos, Szűcs Krisztián

Consumer satisfaction and word-of-mouth in Electronic Commerce: a possible segmentation method

In: Jörg Henseler, Christian Ringle, José L Roldán, Gabriel Cepeda

2nd International Symposium on Partial Least Squares Path Modeling - The Conference for PLS Users. 70 p.

Konferencia helye, ideje: Sevilla, Spanyolország, 2015.06.16-2015.06.19. Enschede: University of Twente, 2015. p. 15. 1 p.

Kemény Ildikó, Simon Judit, Nagy Ákos, Szűcs Krisztián

Purchasing Products Online: Does The Quality Perception Differ?

In: Adamantios Diamantopoulos, Bodo B Schlegelmilch, Arnold Schuh, Udo Wagner (szerk.)

“Convergence and Divergence in the New Europe: Marketing Challenges and Issues”:

PROCEEDINGS OF THE 6TH EMAC REGIONAL CONFERENCE. Konferencia helye, ideje: Wien, Ausztria, 2015.09.16-2015.09.18. Wien: Vienna University of Economics and Business, 2015. p. 5.

Nagy Ákos, Törőcsik Mária

Marketingkommunikáció – Reklám, PR, Értékesítésösztönzés

In: Rekettye Gábor, Törőcsik Mária, Hetesi Erzsébet

Bevezetés a marketingbe. 331 p.

Budapest: Akadémiai Kiadó, 2015. pp. 263-295.

Nagy Ákos András, Kemény Ildikó, Szűcs Krisztián, Simon Judit

A kapcsolat szorosság és az észlelt hasonlóság szerepe az online véleményelfogadásban és véleményformálásban

In: Bíró-Szigeti Szilvia, Petruska Ildikó, Szalkai Zsuzsanna, Kovács István, Magyar Mária (szerk.)

Az Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXI. országos konferenciájának tanulmánykötete: Budapest, 2015. augusztus 27-28.. Konferencia helye, ideje: Budapest, Magyarország, 2015.08.27-2015.08.28. Budapest: Budapesti Műszaki Egyetem, 2015. p. 37.

Nagy Ákos András, Kemény Ildikó, Simon Judit, Kiss Viktor

Az online szájraklám alapjául szolgáló magatartás és az elégedettség kapcsolata

MARKETING ÉS MENEDZSMENT 49:(4) pp. 18-35. (2015)

Artem Eremin, Nagy Ákos

Advertising results in economic growth – A new methodological perspective
MARKETING ÉS MENEDZSMENT XLVIII:(3) pp. 47-56. (2014)

Nagy Ákos, Gyuricza Gergely

Kohézió, csoportelkötelezettség és identitás, mint az eWOM meghatározó tényezői egy márkaszpecifikus online közösség esetében

KÖZGAZDÁSZ FÓRUM / ECONOMISTS FORUM 17:(1-2) pp. 77-95. (2014)

Nagy Ákos, Kemény Ildikó, Szűcs Krisztián, Simon Judit

Az online vásárlást befolyásoló tényezők vizsgálata, különös tekintettel az elektronikus szájreklám hatására

In: Hetesi Erzsébet, Révész B (szerk.)

"Marketing megújulás": Marketing Oktatók Klubja 20. Konferenciája. Konferencia helye, ideje: Szeged, Magyarország, 2014.08.27-2014.08.29. Szeged: SZTE GTK, 2014. pp. 468-479.

Gerdesics Viktória, Nagy Ákos András, Pavluska Valéria, Szűcs Krisztián, Töröcsik Mária

Diffusion of renewable energy innovations – innovation-acceptance behaviour of the Hungarian society

KÖZGAZDÁSZ FÓRUM / ECONOMISTS FORUM 16:(6) pp. 65-81. (2013)

Németh Péter, Nagy Ákos, Szűcs Krisztián, Töröcsik Mária

Virtual Life of Men. Gender Differences in Internet Using Habits and Attitudes

KÖZGAZDÁSZ FÓRUM / ECONOMISTS FORUM 16:(6) pp. 134-148. (2013)