



UNIVERSITY OF PÉCS
Faculty of Business and Economics

DR. LÁZÁR ERIKA

H-7622 Pécs, Rákóczi út 80. B226 | 72/501-599, ext. | lazar.erika@ktk.pte.hu

Nemzetiség: magyar

Születési dátum: 1989.12.02.

Nem: nő

Munkahely: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

Betöltött pozíció: adjunktus, programvezető (Marketing MSc), senior kutató (the CoRe lab)

VÉGZETTSÉG, FOKOZATOK

PhD

2024

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

MSc/ marketing megsterképzési szak

2018

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

MSc/ szociológus mesterképzési szak (gazdaság- és szervezetszociológia specializáció)

2014

Budapesti Corvinus Egyetem Társadalomtudományi Kar

BA/szabad bölcsész alapképzési szak (kommunikáció és mediatudomány szakirány)

2012

Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar

érettségi

2008

Pécsi Tudományegyetem Deák Ferenc Gyakorló Gimnázium és Általános Iskola

NYELVISMERET

	Szövegértés		Beszéd		Írás
	Hallás utáni	Olvasás	Társalgás	Beszédkésztség	
Angol	C1	C1	C1	C1	C1
Német	B2	B2	B2	B2	B2

Nyelvvizsgák:

- ECL Angol felsőfok (C1) komplex
- ECL Német középfokú (B2) komplex (C)

DÍJAK, ELISMERÉSEK

Best Paper Díj – XXX. EMOK országos konferencia 2024

Lázár Erika – Nagy Ákos – Szűcs Krisztián (2024): Az érzelmi élmény feltárása a kiskereskedelmi mobilalkalmazások használatában. In: Szűcs Krisztián – Putzer Petra – Törőcsik Mária (szerk.): A (marketing) világ megkettőződése - Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXX. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar: Pécs. ISBN: 978-963-626-318-8 DOI:10.62561/EMOK-2024 p. 78

**MTA Gazdálkodástudományi Bizottság
2023. évi publikációs nívódíj szakkönyv kategóriában**

Szűcs, Krisztián; Lázár, Erika; Németh, Péter: Marketingkutatás 4.0. Budapest, Magyarország : Akadémiai Kiadó (2023)

BETÖLTÖTT MUNKAKÖRÖK

adjunktus | Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

2025 –

Programvezető (Marketing MSc)

Oktatott kurzusok: Piackutatási módszerek (BSc, FOKSZ), Marketing Research (BAM), Marketingelemzések (MSc), Marketing Analysis and Planning (BD), Data-driven Decision Making (ML), Vevőélmény (BSc)

tanársegéd | Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

2023 – 2025

Oktatás: marketingkutatással kapcsolatos tárgyak alap és mesterképzésben, magyar és angol nyelven
Tudományos kutatás: fogyasztói magatartás, vevőélmény vizsgálata innovatív kutatási módszerekkel
Senior kutatói feladatok ellátása a the CoRe lab (Fogyasztói Magatartáskutató Központ) működésében
Intézeti feladatok ellátása a Marketing és Turizmus Intézetben

marketingkutató | Y-shift Kft. (Pécs)

2018-2023

Marketingkutatói projektek tervezése, megvalósítása. Adatelemzés, kutatási tanulmányok megírása, ügyfélprezentációk megtartása.

Alkalmazásfejlesztésben tervezési feladatok ellátása.

kutató | Zalay és Partner Kft. (Pécs)

2015-2018

Kutatástámogatás: kapcsolattartás, kutatástervezés, terepmunka menedzsment, tanulmányírás.

kutató | ETRearch (Forma Display Kft., Budapest)

2014-2015

Piackutatási projektekben való részvétel: kutatástervezés, szervezés, terepmunka, elemzés, dokumentáció írás.

Használt kutatási módszerek: szemkamera, arcolvasó rendszer, interjú, kérdőív.

Kutatási területek: weboldal, mobil alkalmazás vizsgálat, usability teszt, ATL és BTL kommunikáció vizsgálat, in-store vizsgálat, elégedettségi vizsgálatok

kutató gyakornok | ETRearch (Forma Display Kft., Budapest)

2013-2014

Kutatásokhoz kapcsolódó gyakornoki feladatok ellátása: terepmunka, adatrögzítés, tanulmányírás támogatása

gyakornok | Központi Statisztikai Hivatal Népszámlálási Főosztály (Budapest)

2013

A népszámlálási adatok elemzésében és közlésében való részvétel

OKTATÁSI TAPASZTALAT

Kurzus neve	Szint	Nyelv	Tárgyfelelős (I/N)	Önállóan kidolgozott tárgy (I/N)	Társoktatóval kidolgozott tárgy (I/N)
Marketing Research	BAM	angol	N	N	I
Marketing Analysis and Planning	BD	angol	N	N	I
Marketingelemzések	MSc	magyar	N	N	I
Piackutatói Módszerek	BSc	magyar	I	N	I
Data-driven Decision Making	ML	angol	N	N	I
Vevőélmény	BSc	magyar	I	N	I

WORLD OF PRACTICE (WOP) TEVÉKENYSÉGEK

Az Alkalmazott Tanulások Központja által szervezett programokhoz való csatlakozás	
Név	Szerepkör
iExpo	szakértő
iExpo	felkészítő oktató
Corporate Talk (the CoRe lab)	társelőadó

Vállalati együttműködések			
Név	Dátum	Szerepkör	Tevékenység

Tagságok			
Szervezet neve	Dátum	Szerepkör	Munkakör, tevékenység
the CoRe lab (Fogyasztói Magatartáskutató központ)	2019-2025	senior kutató	projektmenedzsment, kutatástervezés, adatelemzés, prezentáció
EMOK	2018-2025	tag	

Médiatevékenység, szakmai megjelenés	
Megnevezés	Date
Együttműködés több portfolio.hu-n megjelenő (pénzügyi fogyasztói magatartással kapcsolatos kutatáshoz kapcsolódó) cikkben	2024, 2025
Kutatók éjszakája	2021, 2022, 2023, 2024, 2025
Omnichannel Day	2023, 2024, 2025

Szellemi termék, szabadalom	
Name	Date
Marketingkutatás 4.0 (könyv – Akadémiai Kiadó)	2023

OKTATÁSI SEGÉDANYAGOK

Marketingkutatás 2.0 jegyzet (2020): <https://pea.lib.pte.hu/handle/pea/23705>

Marketing Research 2.0 jegyzet (2020): <https://pea.lib.pte.hu/handle/pea/23761>

Marketingkutatás 4.0 könyv (Akadémiai Kiadó, 2023): https://mersz.hu/dokumentum/m1012m4__1/

TUDOMÁNYOS ÉRDEKLŐDÉS, PROJEKTEK

Omnichannel Research Group – a Pécsi Tudományegyetem és a Budapesti Corvinus Egyetem kutatócsoportjában megvalósuló kutatási projekteken való részvétel.

the CoRe lab – a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karán működő Fogyasztói Magatartáskutató Központ kutatójaként piaci és hallgatói projektek támogatása.

KIEMELT PUBLIKÁCIÓK

Lázár Erika, Szűcs Krisztián | 2025 | **Marketing & Menedzsment 59(2), 40-51.** Kiskereskedelmi mobilalkalmazásokkal kapcsolatos felhasználói visszajelzésekben megjelenő fogyasztói érzelmek
<https://doi.org/10.15170/MM.2025.59.02.04>

Putz Ádám, Nagy Ákos András, Lázár Erika, Kocsor Ferenc, Bereczkei Tamás | 2025 | **Current Psychology, 44, 13951–13963** Do birds of a feather buy together? The influence of buyers' facial similarity to message source on online purchase decisions
<https://doi.org/10.1007/s12144-025-08128-9>

Lázár Erika, Szűcs Krisztián | 2024 | **Market-Tržište 36(2), 247–266.** Measuring Customer Experience in Mobile Apps
<https://doi.org/10.22598/mt/2024.36.2.247>

Lázár Erika, Szűcs Krisztián, Nagy Ákos | 2023 | **Reziliens marketing - válaszok változó kihívásokra : Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXIX. Nemzetközi konferencia : ABSZTRAKTKÖTET**
Örömet okoznak-e a kiskereskedelmi mobilapplikációk? - egy automatizált tartomelemzés tanulságai = Using retail apps causes joy? – experiences from an automated content analysis

Lázár Erika, Szűcs Krisztián | 2020 | **Vezetéstudomány**
A neuromarketing aktuális helyzete és a mintaelemszámra vonatkozó kihívásai, különös tekintettel a szemkamerás mérésekre

A Magyar Tudományos Művek Tárában nyilvánosan elérhető munkásság
<https://m2.mtmt.hu/gui2/?type=authors&mode=browse&sel=authors10064733>

EGYÉB KÉPESSÉGEK, KOMPETENCIÁK

Adatelemzés: SPSS, MS Excel

Adatvizualizáció: VOS Viewer, Canva, Photoshop, Tableau, PowerBI, Google Looker

Speciális kutatási szoftverek: Zurvey, Tobii Pro, Noldus FaceReader, Emotiv EEG