

Meghívott plenáris előadó a MTNE 21. fórumán



ALT MÓNIKA-ANETTA a Babeş–Bolyai Tudományegyetem Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának habilitált egyetemi docense, a doktori iskola tagja és a Digitális marketing mesteri felelőse. Felsőfokú tanulmányait a Babeş–Bolyai Tudományegyetem Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karán végezte: 2001-ben az alapképzésen, 2002-ben pedig a mesterképzésen, mindkettőt marketing területen. A doktori diplomát a temesvári Nyugati Egyetemen szerezte 2009-ben, míg a habilitációs fokozatát 2022-ben kapta meg ugyancsak marketing területen, a Babeş–Bolyai Tudományegyetemen.

Közel húszéves egyetemi oktatási tapasztalattal rendelkezik. A marketingkutató, marketingtervezés, eladásmenedzsment, turizmusmarketing és szolgáltatások alapjai tantárgyakat oktatja alapképzésen, míg a mesteri képzésen online marketingkutatót és integrált marketingkommunikációt oktat. 2010-ben indította el a Marketingtervezés a gyakorlatban és a Marketingkutatót a gyakorlatban című programokat, melyeknek keretén belül a diákok valós vállalati feladatokon dolgoznak. Az elmúlt tíz évben 24 marketingtervet, 25 marketingkutatót, három online marketingkutatót és négy kiskereskedelmi tervet készítettek a helyi vállalatoknak.

A publikációs listája 10 ISI-cikket, 16 nemzetközi adatbázisban jegyzett cikket, 14 könyvfejezetet és 29 nemzetközi konferenciát tartalmaz. Kutatási tevékenysége főleg a reklám és a kiskereskedelem területéhez kapcsolódik. A pénzügyi szolgáltatások reklámozásának kutatási eredményeit a European Journal of International Management, az International Journal of Bank Marketing, az Applied Economics Letters, az International Journal of Retail & Distribution Management, valamint a Journal of East European Management Studies folyóiratok publikálták. A kiskereskedelmi innovációval kapcsolatos kutatási eredményeit a European Journal of Innovation Management és az Electronic Commerce Research folyóiratok közölték.

A Magyar Tudomány Napja Erdélyben 21. fórumán elhangzó plenáris előadása:

Alt Mónika-Anetta (közgazdász, egyetemi docens, Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, Kolozsvár): *A digitális technológia szerepe a kiskereskedelmi értékesítésben*

Az élelmiszer-kiskereskedelmi szektor az elmúlt években számos technológiai újítást vezetett be. Jelen kutatás célja feltárni a nemzetközi kiskereskedők által bevezetett innovációkat, valamint rendszerezni őket a vállalati tevékenységek és a fogyasztók szempontjából. Az innovációkutatásban és besorolásban az Oslo kézikönyv rendszerét használták, amely termék, marketing, szervezeti és folyamatok területre osztja fel az innovációkat. Ami a fogyasztói szempontot illeti, a technológiák megkönnyítik a vásárlás előtti, a vásárlási és a vásárlás utáni élményt. Az előadás alatt választ adunk arra a kérdésre, hogy az azonosított technológiák milyen szerepet töltenek be mind a vállalatok működésében, mind pedig a vásárlói élményben.

Meghívott plenáris előadó a MTNE 21. fórumán