



Professeure directrice de recherche Zsuzsa DELI-GRAY

Département de rattachement: Marketing and
Retailing

Email: zsuzsa.deli-gray@essca.fr

INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Logistique internationale
- Marketing International

DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Consumer Behaviour
- Logistique
- Marketing international
- Retail marketing

FORMATION

Diplôme le plus élevé :

- | | |
|------|--|
| 2009 | Habilitation à diriger des recherches, Sciences de gestion, Marketing, Széchenyi István Egyetem, Hongrie |
| 2002 | Doctorat (PhD), Business administration, International Marketing, Corvinus Egyetem, Hongrie |
| 1998 | Master of Science, Economie, International Business, Kossuth Lajos Tudományegyetem, Hongrie |

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Vie et positions académiques

- | | |
|-------------|--|
| Depuis 2009 | Professeure directrice de recherche, ESSCA School of Management, Hongrie |
| 2006 - 2013 | Directrice de programmes, ESSCA School of Management, Hongrie |
| 2005 - 2011 | Professeure, Széchenyi István Egyetem, Hongrie |
| 2006 - 2009 | Professeure, ESSCA School of Management, Hongrie |
| 2002 - 2006 | Professeure assistante, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem - BME (maintenant Corvinus Corvinus Egyetem), Hongrie |
| 1998 - 2002 | Professeure assistante, Corvinus Egyetem, Hongrie |

Vie professionnelle

- | | |
|-------------|--|
| Depuis 2013 | Directrice du campus ESSCA Budapest, ESSCA School of Management, Hongrie |
|-------------|--|

Articles évalués par les pairs

- DELI, Z., PINTO, M., MC CLAUGHLIN, C. et SZILAS, R. (2016). Perception of young children of the ideal shopping experience. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 44(10), pp. 996-1012.
- DELI, Z. et ARVA, L. (2016). Appearance and Existence of Postmodernity in Tourism – The Case of Hungary. *International Journal of Business Insights and Transformation*, 9(1), pp. 8-13.
- DELI, Z., ARVA, L. et MATURA, T. (2014). Children entertainment in retail stores. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 42(11-12), pp. 1004-1017.
- DELI, Z., ARVA, L. et MATURA, T. (2013). Polarization of the society: a possible outcome of the economic crisis? The impact of the economic crisis on Hungarian citizens' purchase of food and household items in retail stores. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 41(4), pp. 274-288.
- DELI, Z. et ARVA, L. (2013). Hungarian Seniors – A New Promising Target? *Marketing és Menedzsment*, (2), pp. 52-62.
- DELI, Z. et ARVA, L. (2012). An explanatory study on the psychographic determinants of the fashion buying decisions in Hungary. *International Journal of Business Insights and Transformation*, 5(3), pp. 24-30.
- DELI, Z. (2012). The role of global brand familiarity, trust and liking in predicting global brand purchase intent: a Hungarian-American comparison. *International Journal of Business and Emerging Markets*, 4(1), pp. 4-27.
- DELI, Z., HAEFNER, J. et ROSENBLOOM, A. (2011). The Importance of brand liking and brand trust in consumer decision making: insights from Bulgarian and Hungarian consumers during the global economic crisis. *Managing Global Transitions: International Research Journal* Septembre, pp. 249-273.
- DELI, Z., GILLPATRICK, T., MARUSIC, M., PANTELIC, D. et KURUVILLA, S.J. (2011). Hedonic and functional shopping values and everyday product purchases: findings from the Indian study. *International Journal of Business Insights and Transformation*, 4(1), pp. 65-70.
- DELI, Z. et ARVA, L. (2010). New Types of Tourism and Tourism Marketing in the Postindustrial World. *APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce*.
- DELI, Z. et TOROK, A. (2010). Stratégiai piacra lépési korlátok Magyarországon. *Competitio*, pp. 91-107.
- DELI, Z., ARVA, L. et GRAY, M. (2010). Globalizáció a felsőoktatásban – szervezeti és marketingkövetkezmények. *Marketing és Menedzsment*, (2010/3), pp. 4-13.
- DELI, Z. (2007). Hedonisztikus vásárlás Magyarországon. (Hedonistic buying in Hungary). *Marketing és Menedzsment*, 2, pp. 42-50.
- DELI, Z. (2007). Hedonisztikus és racionális vásárlók Magyarországon. (Hedonistic and rational buyers in Hungary). *Marketing és Menedzsment*, 3, pp. 22-29.
- DELI, Z. et TOROK, A. (2004). A magyar export nem vámjellegű versenyképességi korlátai. (Non Tariff Barriers of the Hungarian Exports) . *Közgazdasági Szemle*, (July).
- DELI, Z. (2004). Hungary's Positions in Benchmarks Prepared on the Basis of R+D Activities. *Periodica Polytechnica. Social and Management Sciences*.

DELI, Z. (2004). A K+F tevékenység nemzetközi rangsorai. (The Scoreboards of R&D Activities in an International Context). *Fejlesztés és Finanszírozás*.

DELI, Z. (2001). A piacszegmentáció stratégiai szerepe. (The strategic role of market segmentation.). *Marketing és Menedzsment*, 31(2001-5), pp. 33-37.

DELI, Z. (2000). A magyar lakosság szegmentálása az egyének Euróval kapcsolatban kialakított véleménye alapján. (Segmenting the Hungarian population according to their opinion on the Euro.) . *Marketing és Menedzsment*, 34(2000-1), pp. 45-50.

DELI, Z. (1999). Az euró hatása a kereskedőkre és a termelőkre. (ed.) (The effect of the Euro on the traders and producers.) . *Nemzetközi marketing*, pp. 3-11.

Ouvrages

DELI, Z. (2006). *Nemzetközi marketing*. 1 ed. Editions Műegyetemi kiado, 176 pages.

Manuels

DELI, Z. et ÁRVA, L. (2017). *Turizmusmarketing esettanulmányok 2*. 2 ed. Budapest: Akadémiai Kiadó.

DELI, Z. et ARVA, L. (2010). *Turizmusmarketing esettanulmányok*. 1 ed. Budapest: Akadémiai Kiadó, 240 pages.

Chapitres d'ouvrages

DELI, Z. (2017). Gyerekek a fókuszban: Velence Resort and Spa. Dans: Arva László, Deli-Gray Zsuzsa (Szerk.) eds. *Turizmusmarketing esettanulmányok 2*. 2 ed. Budapest: Akadémiai Kiadó, pp. 34-43.

DELI, Z. et ÁRVA, L. (2017). Fel a kezekkel vagy lövök! Dans: Arva László, Deli-Gray Zsuzsa (Szerk.) eds. *Turizmusmarketing esettanulmányok*. 2 ed. Budapest: Akadémiai Kiadó, pp. 11-18.

DELI, Z. (2011). Szöcske – nem szöcske. Dans: Malota, E. – Kelemen, K eds. *Nemzetközi marketing a hazai gyakorlatban*. 1st ed. Pearson France, pp. 112-118.

DELI, Z. (2010). Tanuljunk az Eurodisney Resort példájából! Dans: Deli-Gray Zs. – Árva L. (ed.). *Turizmusmarketing esettanulmányok*. 1st ed. Budapest: Akadémiai Kiadó, pp. 108-116.

DELI, Z. (2010). A Sziget. Dans: Deli-Gray Zs. – Árva L. (ed.). *Turizmusmarketing esettanulmányok*. 1st ed. Budapest: Akadémiai Kiadó, pp. 129-137.

DELI, Z. (2010). Learn from the Mistakes of Euro Disney Resort! Dans: Deli-Gray Zs. – Árva L. (ed.). *Cases in Tourism Marketing*. 1st ed. Budapest: Muegyetemi Kiadó, pp. 115-124.

DELI, Z. (2010). The „Sziget”. Dans: Deli-Gray Zs. – Árva L. (ed.). *Cases in Tourism Marketing*. 1st ed. Budapest: Muegyetemi Kiadó, pp. 141-151.

DELI, Z. (2006). Az innováció értékelése nemzetközi összehasonlításban. (Evaluating Innovation in an International Context). Dans: Vágási M. – Piskóti I. – Buzás N (ed.). *Innovációmarketing*. 1st ed. Editions Műegyetemi kiado.

DELI, Z. (2004). A magyar lakosság Euróval kapcsolatos ismeretei és véleménye. (The knowledge and opinion of the Hungarian population about the Euro) . Dans: Veress J (ed.). *A transzformáció végén*. 1st ed. Stúdium Kiadó.

DELI, Z. (2001). Nemzetközi piacszegmentáció és célpiacképzés. (International market segmentation and targeting. Dans: Tóth, T eds. *Nemzetközi marketing. Euromarketing*. 1st ed. BKAÉ.

DELI, Z. (2000). Piacszegmentálás az euró ismertségének példáján. (Market segmentation on the

basis of the awareness of the concept „Euro”). Dans: Józsa, L eds. *Marketingstratégia*. 1st ed. Muszaki Könyvkiadó.

DELI, Z. (2000). Rynart Transport, I. rész. Magyarországi kezdetek. (Rynart Transport, Part I. The Hungarian start.). Dans: Szegedi Z (ed.). *Vállalati esettanulmányok* . 1st ed. Aula Kiadó.

DELI, Z. (2000). Café Magnolia. Dans: Szegedi, Z eds. *Vállalati esettanulmányok* . 1st ed. Aula Kiadó.

DELI, Z. et TOTH, T. (2000). Nemzetközi piacszegmentáció a fogyasztási cikkek piacán. (International market segmentation of the consumer goods' market.) . Dans: Eszes, I. – Szabóné Streit, M. – Szántó, Sz. – Veres, Z eds. *Globális marketing*. 1st ed. Muszaki Könyvkiadó.

Communications (conférences avec comité de sélection)

DELI, Z. et MATYUSZ, Z. (2018). Characteristics of the Hungarian Luxury Fashion Market. Dans: Colloquium on European Research in Retailing. Surrey.

DELI, Z. (2018). Impact of social power on the shopping experience of female adolescents: An international and exploratory study. Dans: EurOMA2018.

FEENSTRA, F., DELI, Z., MUZELLEK, L. et DE FAULTRIER, B. (2017). Social shopping in-store: value drivers for peer endorsement of female teenagers. Dans: International Colloquium on Kids and Retailing.

DELI, Z. (2015). Young children in the retail sector. Dans: Fogyasztás és Közösségek, Interdiszciplinéris szimposium. Pécs.

DELI, Z., ARVA, L. et MATURA, T. (2013). Children entertainment in retail stores. Dans: International Colloquium on Kids and Retailing. Paris, France.

DELI, Z., ARVA, L. et MATURA, T. (2012). The impact of the economic crisis on Hungarian citizens' purchases of food and household items in retail stores. Dans: Colloquium on European Retail Research. Paris, France.

DELI, Z. et ARVA, L. (2011). Posztmodern turizmus, posztmodern marketing. Magyarország társadalmi-gazdasági helyzete a 21 sz. Elso évtizedeiben. Dans: Kautz Gyula Közgazdaságtudományi Kar Gyor. Gyor, Hungary.

DELI, Z., GILLPATRICK, T., PANTELIC, D., MARUSIC, M., JOSE, S. et BHAVSAR, K. (2011). Hedonic Shopping Values and Product Purchases: findings from the Indian study. Dans: 6th SIMSR Asia Marketing Conference. Mumbai, India.

DELI, Z., ROSENBLOOM, A. et HAEFNER, J. (2009). Trusting Global Brands. An Alternative Model that Predicts Brand Purchase Intent. Dans: EIRASS Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science. Niagara Falls, Canada.

DELI, Z., GILLPATRICK, T., MARUSIC, T. et PANTELIC, D. (2008). The Consumer of the 21st Century: Incorporating Hedonic Feelings into the Purchase Decision. – The Results of a Cross Cultural Empirical Research. Dans: 2008 Global Marketing Conference, March 20-23, Jiao Tong University. Shanghai, China.

DELI, Z., GILLPATRICK, T., MARUSIC, M. et PANTELIC, D. (2007). An Exploratory Analysis of the Hedonic and Functional Content of Products' Purchases. Dans: Academy of Marketing Annual Conference, Kingston Business School. Egham, United Kingdom.

DELI, Z. (2007). Hedonizmus a mindennapokban (Hedonism in everyday life activities). Dans: National Magyar Marketing Association Conference. Balatonalmádi, Hungary.

DELI, Z. et TOROK, A. (2005). How do the changes in the economic environment influence the

companies' international activities? Marketing Paradigms for Emerging Economies. Dans: Indian Institute of Management. Ahmedabad, India.

DELI, Z. (2004). Vállalatok gazdasági környezetének átalakulása és hatásai a versenyképességre. (Changes in the economic environment and their effects on competitiveness.) A marketing szerepe a vállalatok versenyképességében. Dans: Magyar Marketing Szövetség. Budapest.

DELI, Z. (2003). Az e-kereskedelem szerepe a vállalkozások sikerében. (The role of e-commerce in the success of small and medium size enterprises). Dans: Kis és középvállalkozások az Európai Unió küszöbén. A Széchenyi István Egyetem Jog- és Gazdaságtudományi Kar. Győr, Hungary.

DELI, Z. et JOZSA, L. (2003). E-commerce and the Hungarian population. Dans: 10th Recent Advances in Retailing and Services Science Conference. Portland (Orego), USA.

DELI, Z. (2002). A magyarországi Euró-kommunikáció feltételei. (The preconditions of the Hungarian Euro-communication.). Dans: Magyar Marketing Muhelyek VIII. Konferenciája. Keszthely, Hungary.

DELI, Z. (2002). Informing the Central East European Region's Population about the Importance and Usage of the Euro. Dans: Medzinárodná vedecká konferencia. Slovensko v medzinárodnom obchode a podnikaní. Bratislava.

DELI, Z. (2001). A magyar vállalatok tárgyalási és viselkedési szokásainak átértékelése az EU csatlakozás küszöbén. (The revision of the negotiation habits and the behaviour of the Hungarian managers before the joining of the European Union.). Dans: Magyar Marketing Szövetség, 11. Marketing Konferencia. Heviz.

DELI, Z. (2001). Az állampolgárok gazdasági és monetáris uniós csatlakozással kapcsolatos véleménye. (The opinion of the citizens on the joining of the Economic and Monetary Union.). Dans: Világgazdasági és külgazdasági kihívások a XXI. század küszöbén. BKÁE. Budapest, Hungary.

DELI, Z. (2001). A piacszegmentáció stratégiai szerepe. (The strategic role of market segmentation.). Dans: Magyar Marketing Muhelyek VII. Konferenciája. Keszthely, Hungary.

DELI, Z. (2001). A magyar lakosság és az euró. (The Hungarian population and the Euro.). Dans: Kihívások az Európai csatlakozás küszöbén, különös tekintettel a területfejlesztési, közlekedési és infrastrukturális problémákra. Szegedi Tudományegyetem. Szeged.

DELI, Z. (2000). Integrált szemléletmód a piacszegmentációban. (Integrated market segmentation.). Dans: MOK. Veszprem, Hungary.

DELI, Z. (2000). The role of existing distribution channels in the process of international market segmentation. Dans: ELA Doctorate Workshop. Monchy St Eloi, France.

DELI, Z. (2000). International Market Segmentation Process of Companies in Countries under Transition. Dans: The Third IRW, KIMEP. Almaty, Kazakhstan.

DELI, Z. (1999). How to segment the Hungarian population according to their opinion about the Euro. Dans: CEMS Academic Conference. Barcelona, Spain.

DELI, Z. (1999). A New Model of International Market Segmentation. Dans: International Conference of PhD. Students. Miskolc.

DELI, Z. (1999). Euró – magyar és német szemmel nézve. (Euro – from the perspective of the Hungarian and German population.). Dans: MOK. Budapest, Hungary.

Rapports de recherche, rapports d'étude

DELI, Z. (2006). A Lisszaboni program megvalósulásának kritikai áttekintése az EU értékelései és véleményei alapján (Critical analysis of the realisation of the Lisbon Strategy – on the basis of the

opinion and assessment of the European Union),

Etudes de cas

DELI, Z. (2013). Agility Logistics, in BRUSSET X. (coord.), Cas en Distribution, EMS, pp. 14-25.

Présentation dans un séminaire de recherche

DELI, Z. (2007). Rendhagyó marketing: az ESSCA Magyarország Alapítvány bemutatása (Unusual marketing: the presentation of ESSCA Hungary), Dans: Erdei Ferenc IV, Konferencia. Kecskeméti Főiskola. Kecskemet.

Contributions intellectuelles orientées vers la pratique, diffusion des savoirs

DELI-GRAY, Z. et CHARROIN, J. (2024). Involve yourself in sports to become a leader. Diplomacy & Trade.

ACTIVITÉS DE RECHERCHE

Activités éditoriales

Comité éditorial de revue scientifique

Depuis 2011 Editeur Régional, International Journal of Business Insights and Transformation

Service à la discipline

Membre actif d'une association scientifique ou académique

Depuis 2016 Membre du Comité Scientifique de l'École Doctorale, Széchenyi István Egyetem, Hongrie

Service à l'institution

Participation active à un événement de l'institution

- 2018 - 2018 International Colloquium on Kids and Retailing: Wellbeing of the Child, ESSCA School of Management, France
- 2015 - 2015 International Colloquium on Kids and Retailing: Future Trends, ESSCA School of Management, Hongrie
- 2013 - 2013 International Colloquium on Kids and Retailing, ESSCA School of Management, France

Service à la discipline

Comité scientifique d'une conférence académique

2018 - 2018 International Conference, European Operations Management Association (EurOMA), Hongrie

Membre adhérent à une association académique

- Depuis 2010 Adhésion professionnelle, Association des Économistes Hongrois, Hongrie
- 2007 - 2010 Adhésion professionnelle, Association Hongroise de Modélisation Économique, Hongrie
- 2003 - 2010 Adhésion professionnelle, Association Hongroise de Marketing, Hongrie

Supervision de thèse de doctorat

- 2014, Directeur de thèse
David HARGITAI, Soutenue, A magyar atlétikai sportág hatásmechanizmusa a stakeholder preferenciák nézőpontjából, Pannon Egyetem - Veszprém
- 2017, Directeur de thèse
Tamas JOZSA, Soutenue, Orientation «client» des services publics municipaux, Pannon Egyetem - Veszprém

2011, Directeur de thèse

Judith GROTTÉ, Soutenu, E-Tourism, Széchenyi István Egyetem - Győr

Jury de doctorat

2016, Membre de jury

Daniel Zoltan ANDRAS, Soutenu, TBD, Pannon Egyetem - Veszprém

2014, Membre de jury

Szabo LASZLO, Soutenu, to be confirmed, Pannon Egyetem - Veszprém

2006, Membre de jury

Balazs BORSI, Soutenu, Tudás, technológia és a magyar versenyképesség, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem - BME (maintenant Corvinus Corvinus Egyetem) - Budapest

2006, Membre de jury

Attila TÖRÖK, Soutenu, Az Európai Unió és Délkelet-Európa: adottságok, lehetőségek és stratégiák: Bulgária, Görögország és Törökország gazdasági fejlődése és felzárkózási teljesítménye az európai integráció tükrében, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem - BME (maintenant Corvinus Corvinus Egyetem) - Budapest

2004, Membre de jury

Magdolna DARUKA, Soutenu, Adalékok a piac evolúciós elemzéséhez avagy Kétszer nem lehet ugyanarra a piacra lépni, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem - BME (maintenant Corvinus Corvinus Egyetem) - Budapest