

## CURRICULUM VITAE

Name: Adrienn DERNÓCZI-POLYÁK Ph.D.

Date: 22<sup>nd</sup> of October 2024.

### Education

- |           |   |
|-----------|---|
| 2001-2007 | Ph.D. University of West Hungary, Széchenyi István Doctoral School of Business and Management   |
| 1996-2001 | M.S. Master's degree – Economist, course of study in Marketing and Economic Forecasting (University of West Hungary, Faculty of Economics, Course in Economics) |

### Employment

#### Academic Appointments

- |            |   |
|------------|---|
| 2024-      | Leader of Marketing Master Program, Széchenyi István University Kautz Gyula Faculty of Economics, Győr, Hungary             |
| 2022-      | Vice-dean for Academic and Educational Affairs, Széchenyi István University Kautz Gyula Faculty of Economics, Győr, Hungary |
| 2017-      | Associate professor, Széchenyi István University Kautz Gyula Faculty of Economics, Győr, Hungary                            |
| 2007-2017  | Assistant professor, Széchenyi István University, Kautz Gyula Faculty of Economics, Győr, Hungary                           |
| 2003-2007  | Assistant lecturer, Széchenyi István University, Kautz Gyula Faculty of Economics, Győr, Hungary                            |
| 2001- 2002 | Junior research fellow, West-Hungarian University, Department of Marketing, Sopron, Hungary                                 |

### Current Research Interests

Adrienn Dernóczy-Polyák's field of research covers the analysis of health behavior from a marketing perspective. She previously conducted research connected to eating behavior, meat consumption and physical activity, especially exploring the motivations. Currently she is interested in exploring the educational field and students motivations, and the connection to the sustainability.

## Publications

### *Chapters in edited books:*

1. Dernóczy, Adrienn (2007): A színek szerepe a marketingben In: Svéhlik, Csaba Marketing a 21. században : Kihívások, trendek, szemléletváltás Kheops Automobil-Kutató Intézet Mór, Magyarország pp. 35-84, 50p

### *Articles in journals*

1. Molnár, Anna - Józsa, László - Dernóczy-Polyák, Adrienn (2022): Az élelmiszer-vásárlási szokások változása a COVID járvány alatt Szlovákiában és Magyarországon, helyzetkép Dél-Szlovákiában és Nyugat-Magyarországon; TÁPLÁLKOZÁSMARKETING 9:1 pp 55-70, 16p
2. Kurucz, Attila - Dernóczy-Polyák, Adrienn - Osieczko, Kornélia (2020): Digitális logisztikai megoldások értékelése a magyar és lengyel fiatalok körében; LOGISZTIKAI TRENDEK ÉS LEGJOBB GYAKORLATOK 6:2 pp. 13-19 7p
3. Keller, Veronika - Dernóczy-Polyák, Adrienn - Alasgarova, Rugiyya (2019): Eating styles of young females in Azerbaijan; INTERNATIONAL REVIEW ON PUBLIC AND NONPROFIT MARKETING 16:1 pp. 43-60, 18p
4. Veronika, Keller - Adrienn, Dernóczy-Polyák - Ida, Ercsey (2019): Measuring eating styles among young females - Azerbaijan vs. Hungary; INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT AND APPLIED SCIENCE 5:9 pp. 48-53, 6p
5. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika - Ercsey, Ida (2018): Az Y generáció jellemzése evési magatartás alapján a TFEQ segítségével; MARKETING ÉS MENEDZSMENT 7:EMOK különszám pp. 52-62, 11p
6. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika (2017): Klaszterképzés evési magatartás alapján: Fókuszban a generációk; VEZETÉSTUDOMÁNY 48:3 pp 28-38., 11p
7. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika (2017): A hússal szembeni attitűd a MAQ-skála alapján; ÉLELMISZER, TÁPLÁLKOZÁS ÉS MARKETING 13:2 pp.3-8, 6p
8. Keller, Veronika - Dernóczy-Polyák, Adrienn - Huszka, Péter (2017): Húsfogyasztási szokások: Fókuszban az attitűd; ÉLELMISZER, TÁPLÁLKOZÁS ÉS MARKETING 13:1 pp. 19-24, 6p
9. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika - Ercsey, Ida (2017): Evési magatartás vizsgálata a DEBQ skála alapján komplex megközelítésben, avagy az evési stílusok és a háttérváltozók közötti kapcsolat vizsgálata; MARKETING ÉS MENEDZSMENT 51:3 pp. 50-61, 12p
10. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika -Kurucz, Attila (2017): Mutasd mit eszel, megmondom ki vagy!: Motivációs hatások vizsgálata az étkezési magatartásra; MAGYAR COACH SZEMLE: AZ ELSŐ MAGYAR ONLINE COACHING FOLYÓIRAT 6:3 pp. 29-49, 21p
11. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika (2017): Az Y generáció szegmentálása evési magatartás alapján TFEQ versus DEBQ; TÉR-GAZDASÁG-EMBER 5:2 pp.21-39, 19p

12. Keller, Veronika - Dernóczy-Polyák, Adrienn - Ercsey, Ida (2016): A háromfaktoros evési kérdőív alkalmazási lehetőségei a marketingkutatásban - nem és generációk közötti eltérések; TÁPLÁLKOZÁSMARKETING 3:1 pp. 3-20, 18p
13. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika - Ercsey, Ida (2016): Evési magatartás vizsgálata a DEBQ skála alapján, avagy mi áll az evés mögött?: Nemek és generációk; TÉR-GAZDASÁG-EMBER 4:3 pp. 63-84, 22p
14. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika (2015): Étkezési stílus módszertani megközelítésben: kontrollálatlan evés vagy érzelmi evés?; ÉLELMISZER, TÁPLÁLKOZÁS ÉS MARKETING 11:1-2 pp. 3-8, 6p
15. Veronika, Keller - Adrienn, Dernóczy-Polyák (2015): Sustainable health - emotional eating or cognitive control?; TÉR-GAZDASÁG-EMBER 3:4 pp. 63-79, 17p
16. Huszka, Péter - Dernóczy, Polyák Adrienn - Huszkáné, Péntes Adél (2014): Az egészségtudatosság néhány elemének vizsgálata kőbányai vendéglátóipari intézményekben; EGÉSZSÉGFEJLESZTÉS 55:5-6 pp. 14-25, 12p
17. Sipos, György – Dernóczy-Polyák, Adrienn (2011): Kétféle mérési módszer, azonos boka-kar index értéket ad?; ÉRBETEGSÉGEK 2011:3 pp 75-79, 5p
18. Dernóczy, Adrienn - Józsa, László (2006): Klaszterek a fogyasztói magatartás terén; MARKETING ÉS MENEDZSMENT 40:5-6 pp. 80-85, 6p
19. Dernóczy, Adrienn (2003): Globalizált színek - globalizált érzetek; COMITATUS: ÖNKORMÁNYZATI SZEMLE 13:10 pp. 12-16, 5p

*Articles in conference proceedings (presentations and/or conference attendance)*

1. Dernóczy-Polyák, Adrienn – Keller, Veronika (2024): Where to go and why? Motivational factors in the choice of higher education institutions: the example of a university in Central Eastern Europe In: 10th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'24), Valencia: Universitat Politècnica de València, pp 1038-1045, ISBN: 9788413962009
2. Dernóczy-Polyák, Adrienn – Keller, Veronika (2024): Clustering students for effective communication based on enrollment choices – Why do students chose the University? Belak Jernej ; Nedelko Zlatko 8th FEB International Scientific Conference : Challenges in the Turbulent Economic Environment and Organizations' Sustainable Development, Maribor: University of Maribor Press, pp 407-416 ISBN: 9789612868673
3. Keller, Veronika - Dernóczy-Polyák, Adrienn (2024): Information Accessibility and Decision-Making in Career Selection: An Examination of Influential Sources for University Students In: 10th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'24) Valencia: Universitat Politècnica de València, pp 809-816 (2024) ISBN: 9788413962009
4. Kurucz, Attila - Dernóczy-Polyák, Adrienn (2024): Agile Leadership Competencies: Trends and Development Among Hungarian Managers, Belak Jernej ; Nedelko Zlatko (szerk.) 8th FEB International Scientific Conference : Challenges in the Turbulent Economic Environment and Organizations'

Sustainable Development, Maribor: University of Maribor Press, pp 417-426  
ISBN: 9789612868673

5. Attila, Kurucz – Adrienn, Dernóczy-Polyák – Kornelia, Osieczko-Potoczna (2023): Product Related Values and Sustainability – Deeper Understanding of the Millennials CHEMICAL ENGINEERING TRANSACTIONS (1974-9791 2283-9216): 107 pp 151-156 (2023)
6. Attila, Kurucz - Adrienn, Dernóczy-Polyák - Kornelia, Osieczko-Potoczna (2023): Youth Clusters in the field of digitalization In: Zlatko, Nedelko; Romana, Korez Vide (szerk.): Conference Proceedings of the 7th FEB International Scientific Conference: Strengthening Resilience by Sustainable Economy and Business - Towards theSDGs University of Maribor Faculty of Economics and Business pp 505-515, 11p
7. Keller, Veronika - Dernóczy-Polyák, Adrienn (2020): A magyar húsfogyasztók szegmentálása nemzetközi skálák alapján: Segmentation of Hungarian Meat consumers based on international scales In: Reisinger, Adrienn - Kecskés, Petra - Buics, László (szerk.): Kreatív ipar, digitális gazdaság Kautz Gyula Emlékkonferencia elektronikus formában megjelenő kötete pp 1-8, 8 p.
8. Veronika, Keller - Adrienn, Dernóczy-Polyák - Ida, Ercsey (2019): Measuring eating styles among young females - Azerbaijan vs. Hungary In: ISER Proceedings of ISER 200th International Conference pp. 9-14, 6p
9. Adrienn, Dernóczy-Polyák - Veronika, Keller (2019): Attitude and hedonism - comparing the results of two empirical studies In: ISER Proceedings of ISER 200th International Conference pp. 4-8, 5p
10. Keller, Veronika - Dernóczy-Polyák, Adrienn (2018): Fiatalok sportolási szokásai generációs megközelítésben In: Reisinger, A; Happ, É; Ivancsóné, Horváth Zs; Buics, László (szerk.): Sport - Gazdaság - Turizmus : Kautz Gyula Emlékkonferencia 2017. június 8. elektronikus formában megjelenő kötete Győr, Magyarország : Széchenyi István Egyetem 13p
11. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika - Ercsey, Ida (2018): A húsfogyasztás és az egészséges táplálkozás összefüggései In: Józsa, László; Korcsmáros, Enikő; Seres, Huszárík Erika (szerk.): A hatékony marketing: EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete Komárno, Szlovákia : Selye János Egyetem pp. 46-56, 11p
12. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika (2018): Attitűd alapú szegmentálás a MAQ skála alapján In: Józsa, László; Korcsmáros, Enikő; Seres, Huszárík Erika (szerk.): A hatékony marketing: EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete Komárno, Szlovákia : Selye János Egyetem pp. 721-731, 11p
13. Szeghy, Szabina - Dernóczy-Polyák, Adrienn - Kurucz, Attila (2018): Non-profit szervezetek a virtuális térben In: Reisinger, A; Happ, É; Ivancsóné, Horváth Zs; Buics, László (szerk.): "Sport - Gazdaság - Turizmus" Kautz Gyula Emlékkonferencia 2017. június 08. elektronikus formában megjelenő kötete Győr, Magyarország : Széchenyi István Egyetem 11p
14. Keller, Veronika - Dernóczy-Polyák, Adrienn (2017): Ragadozók és növényevők – fókuszban a generációk In: Reisinger, Adrienn; Kecskés, Petra (szerk.): "Ifjúság

- jövőképek" : Kautz Gyula Emlékkonferencia 2016. június 15. elektronikus formában megjelenő kötete Győr, Magyarország : Széchenyi István Egyetem 15p
15. Keller, Veronika - Dernóczy-Polyák, Adrienn (2017): Analyzing Physical activity of millenals and Z's: Results of an exploratory study In: Víctor, Valero-Amaro; María, Mercedes Galán-Ladero; María, Isabel Sánchez-Hernández (szerk.): 16th Congress on Public and Nonprofit Marketing : Conference Proceedings Badajoz, Spanyolország : International Association on Public and Nonprofit Marketing pp. 275-288. , 14 p.
  16. Keller, Veronika - Dernóczy-Polyák, Adrienn (2017): Segmenting generation Y based on eating behavior: using TFEQ 16 for clustering In: Víctor, Valero-Amaro; María, Mercedes Galán-Ladero; María, Isabel Sánchez-Hernández (szerk.): 16th Congress on Public and Nonprofit Marketing : Conference Proceedings Badajoz, Spanyolország : International Association on Public and Nonprofit Marketing pp. 167-179. , 13 p.
  17. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika (2016): Húsfogyasztás objektív és szubjektív megközelítésben In: Ivancsóné, Horváth Zsuzsa; Darabos, Ferenc (szerk.): "Turizmus és Innováció": VIII. Nemzetközi Turizmus Konferencia, 2016, Tanulmányok Győr, Magyarország : Széchenyi István Egyetem pp. 295-307, 13p
  18. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika (2016): A fehér, a vörös, a mindkettő és az egyik sem – klaszterek a húsfogyasztás alapján In: Fehér, András; Kiss, Virág Ágnes; Soós, Mihály; Szakály, Zoltán (szerk.): EMOK XXII. Országos konferencia 2016 Tanulmánykötet : Hitelesség és értékorientáció a marketingben Debrecen, Magyarország : Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar pp. 319-329. , 11 p.
  19. Adrienn, Dernóczy-Polyák - Veronika, Keller - Ida, Ercsey (2016): Relationship Between Eating Styles Based on DEBQ Connections and Background Variables: Part II In: Maurice, Murphy (szerk.): Proceedings of the 15th International Congress of the International Association on Public and Nonprofit Marketing 2016 Cork, Írország : Cork Institute of Technology (CIT): 17p
  20. Veronika, Keller - Adrienn, Dernóczy-Polyák - Péter, Huszka (2016): Relationship Between Eating Styles Based on DEBQ Connections and Background Variables: Part I. In: Maurice, Murphy (szerk.): Proceedings of the 15th International Congress of the International Association on Public and Nonprofit Marketing 2017 Cork, Írország : Cork Institute of Technology (CIT): 17p
  21. Huszka, Péter - Dernóczy, Polyák Adrienn (2015): Táplálékkod legyen egészséged – élelmiszer fogyasztási szokások vizsgálata a fiatalok körében 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. Budapest, Magyarország : Budapesti Műszaki Egyetem Menedzsment és Vállalatgazdaságtan Tanszék pp. 155-165, 11p
  22. Ercsey, Ida ; Dernóczy-Polyák, Adrienn ; Keller, Veronika (2015): Étkezési stílusok Magyarországon - Az evési magatartás mérési módszerei 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. Budapest, Magyarország : Budapesti Műszaki Egyetem Menedzsment és Vállalatgazdaságtan Tanszék pp. 177-187, 11p
23. Huszka, Péter - Dernóczy, Polyák Adrienn (2015): Egészséges táplálkozás, trendek - táplálékok az egészséged In: Tompos, Anikó; Ablonczyné, Mihályka Livia (szerk.): "Kitekintések - 25 éves a győri közgazdászképzés" : Kautz Gyula Emlékkonferencia Győr, Magyarország : Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar 11p
  24. Ercsey, Ida ; Dernóczy-Polyák, Adrienn ; Keller, Veronika (2015): Enni vagy nem enni? In: Tompos, Anikó; Ablonczyné, Mihályka Livia (szerk.): "Kitekintések - 25 éves a győri közgazdászképzés" : Kautz Gyula Emlékkonferencia Győr, Magyarország : Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar 12p
  25. Dernóczy, Adrienn (2009): A színek erősödő szerepe a globalizálódó világban In: Beszteri, Béla (szerk.): Ifjúsági jövőképek és életstratégiák globalizálódott korunkban, 2. kötet, Magyarország : Kodolányi János Főiskola (KJF);, MTA Veszprémi Területi Bizottság pp. 52-62. , 11 p.
  26. Bencsik, Andrea ; Dernóczy, Adrienn (2008): Alone or in Teams? In: 23rd Workshop on Strategic Human Resource Management, ESIAM (European Institute for Advanced Studies in Management): Conference paper: 17791 Bled, Szlovénia 16p
  27. Bencsik, Andrea ; Dernóczy, Adrienn ; Noszkay, Erzsébet (2008): Alone or in Teams? In: Huizingh, K R E; Torkkeli, M; Conn, S; Bitran, I (szerk.): XIX. ISIPM Conference Tours : Open Innovation: Creating Products and Services through Collaboration Tours, Franciaország : John Wiley & Sons, Inc 16p
  28. Bencsik, Andrea ; Dernóczy, Adrienn (2008): Alone or in Teams? In: 23rd Workshop on Strategic Human Resource Management: Book of Abstracts pp. 7-10, 4p
  29. Bencsik, Andrea ; Dernóczy, Adrienn ; Noszkay, Erzsébet (2008): Alone or in Teams? In: Huizingh, K R E; Torkkeli, M; Conn, S; Bitran, I (szerk.): XIX. ISIPM Conference Tours : Open Innovation: Creating Products and Services through Collaboration Tours, Franciaország : John Wiley & Sons, Inc pp. 6-7, 2p
  30. Bencsik, Andrea - Dernóczy, Adrienn - Juhász, Éva (2008): International Survey about Teamwork In: Noszkay, Erzsébet (szerk.): International Conference on New trends and tendencies in human resource management – East meets West Pécs, Magyarország : University Press Pécs pp. 1-26, 26p
  31. Bencsik, Andrea - Dernóczy, Adrienn - Lőre, Vendel (2008): A tudás börtön vagy szabadság? In: Svéhlik, Csaba (szerk.): Útkeresés az üzleti és a közszférában : III. KHEOPS Tudományos Konferencia Mór, Magyarország : Kheops Automobil-Kutató Intézet pp. 386-400, 15p
  32. Bencsik, Andrea - Dernóczy, Adrienn - Lőre, Vendel (2008): Kicsi és buta? avagy A kis és középvállalatok saját csapdái In: Dienesné, Kovács Erzsébet; Pakurár, Miklós (szerk.): Hagyományok és új kihívások a menedzsmentben : 140 éves a vezetés és szervezés oktatása a debreceni gazdasági felsőoktatásban: nemzetközi

- konferencia Debrecen, Magyarország : Debreceni Egyetem Agrár- és Gazdálkodástudományok Centruma pp. 131-138. , 8 p.
33. Józsa, László - Veres, Zoltán - Dernóczy, Adrienn (2008): An Exploratory Study of the Role of Colours in Marketing in Hungary In: Ogunmokun, G; Gabbey, R; Rose, J (szerk.): Academy of World Business, Marketing and Management Development Conference Proceedings Rio de Janeiro, Brazília : Academy of World Business, Marketing and Management Development pp. 208-214, 7p
  34. Dernóczy, Adrienn - Józsa, László (2008): Role of Colours in Market of Hungarian Suppliers In: Fam, J (szerk.): Marketing in the Dynamic Global World : Proceedings of the 2008 Global Marketing Conference of the KAMS Shanghai, Kína : Jiao Tong University pp. 1-13. , 13 p.
  35. Dernóczy, Adrienn (2007): Új alkalmazási lehetőségek a marketingben In: Svéhlik, Csaba (szerk.): II. KHEOPS Tudományos Konferencia: (Világ): gazdaságunk aktuális kérdései : PhD-hallgatók és kutatók tudományos fóruma: Előadástétel Mór, Magyarország : Kheops Automobil-Kutató Intézet pp. 1-13. , 13 p.
  36. Dernóczy, Adrienn (2007): Feltételezések a színek területén In: Lőrincz, Ildikó (szerk.): X. Apáczai-napok 2006 – Hagyomány és fejlődés - Nemzetközi Tudományos Konferencia : Tanulmánykötet Győr, Magyarország : Nyugat-magyarországi Egyetem Apáczai Csere János Kar pp. 48-53. , 6 p.
  37. Bencsik, Andrea - Dernóczy, Adrienn (2007): Felsőoktatási szerepjáték nemzetközi mérlegen In: Gubik, Andrea (szerk.): VI. Nemzetközi konferencia a közgazdászképzés megkezdésének 20. évfordulója alkalmából. 2. kötet Miskolc, Magyarország : Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar pp. 276-283, 8p
  38. Dernóczy, Adrienn - Józsa, László (2007): Colours in the Hungarian Market and their Attributes In: Paraskakis, I; Luneski, A; Kayhan, A (szerk.): Infusing Research and Knowledge in South East Europe : Proceedings of the 2nd Annual South East European Doctoral Student Conference Thessaloniki, Görögország : South-East European Research Centre (SEERC): pp. 1-6, 6p
  39. Dernóczy, Adrienn - Józsa, László (2007): Design és arculat - avagy felismerjük-e, amit "ők" akarnak? In: Dinya, László (szerk.): A Marketing Oktatók Klubjának 2007. évi konferencia : Globális marketingkihívások Gyöngyös, Magyarország : Károly Róbert Főiskola (KRF): pp. 183-193, 11p
  40. Dernóczy, Adrienn (2006): A versenyképesség biztosításának lehetősége: A színek mint kiaknázatlan kommunikációs eszközök In: Józsa, László; Rechnitzer, J; Varsányi, J; Beszteri, B (szerk.): Versenyképesség és regionalitás : megújulási válság és leküzdése Veszprém, Magyarország, Győr, Magyarország : MTA VEAB, Széchenyi István Egyetem Multidiszciplináris Társadalomtudományi Doktori Iskola pp. 61-73, 13p
  41. Dernóczy, Adrienn (2006): A színek információszolgáltató szerepe a vállalkozások tekintetében In: Svéhlik, Csaba (szerk.): Kihívások és trendek a gazdaságban és a közszférában napjainkban: I. Kheops Tudományos Konferencia : PhD-hallgatók és kutatók tudományos fóruma : tanulmánykötet Mór, Magyarország : Kheops Automobil-Kutató Intézet pp. 89-97. , 9 p.
  42. Józsa, László - Dernóczy, Adrienn (2006): Clustering in the Field of Colours In: Pere, Tumbas (szerk.): The evaluation and measurement of potentials and

- realization of the organization within the framework of strategic management :  
11th International Scientific Symposium, Strategic Management and Decision  
Support Systems in Strategic Management Subotica, Szerbia : University of Novi  
Sad pp. 48-53, 6p
43. Józsa, László - Dernóczy, Adrienn (2006): The Role of Color in the process of  
Product-Brand Evaluation In: Ogunmokun, G; Gabbay, R; Rose, J (szerk.):  
Academy of World Business, Marketing and Management Development  
Conference: Proceedings Paris, Franciaország : Academy of World Business,  
Marketing and Management Development pp. 361-365, 5p
  44. Józsa, László - Dernóczy, Adrienn (2006): Léteznek-e klaszterek a színek  
területén? In: Kövesi, János; Szalkai, Zsuzsanna; Deli-Gray, Zsuzsanna; Vasné,  
Egri M.; Vágási, M. (szerk.): Marketing Oktatók Klubjának 12. Országos  
Konferenciája : Innováció, társadalmi felelősség, fenntartható fejlődés –  
marketing megközelítésben Budapest, Magyarország : Budapesti Műszaki és  
Gazdaságtudományi Egyetem pp. 1-9, 9p
  45. Dernóczy, Adrienn - Ercsey, Ida (2005): A közüzemi szolgáltatások fogyasztói  
megítélése az európai piacon In: Gulyás, László; Baló, Tünde (szerk.): Európai  
kihívások III. : Tudományos Konferencia Szeged, Magyarország : Szegedi  
Tudományegyetem Élelmiszeripari Főiskolai Kar pp. 258-263. , 6 p.
  46. Dernóczy, Adrienn (2005): Colour-examining and the question: are we coloury  
persons? In: Lehoczky, L.; Kalmár, L. (szerk.): 5th International Conference of  
PhD Students. 6/1. Economics I. Miskolc, Magyarország : University of Miskolc  
Innovation and Technology Transfer Centre pp. 69-75. , 7 p.
  47. Józsa, László - Dernóczy, Adrienn (2005): Színek a marketingben, avagy színes  
személyiségek vagyunk? In: Beszteri, B; Szabó, Péter (szerk.): Fenntartható  
fejlődés, fenntartható társadalom és integráció : tanulmánykötet az azonos című  
tudományos konferencia anyagai alapján Székesfehérvár, Magyarország  
: Kodolányi János Főiskola (KJF):, MTA Veszprémi Területi Bizottság pp. 62-74,  
13p
  48. Józsa, László - Dernóczy, Adrienn (2005): Érdekességek és hipotézisek a  
színvilág – hiányzó - marketingjében In: Gulyás, László; Baló, Tünde (szerk.):  
Európai kihívások III. : Tudományos Konferencia Szeged,  
Magyarország; Szegedi Tudományegyetem Szegedi Élelmiszeripari Főiskolai Kar  
pp. 253-257, 5p
  49. Dernóczy, Adrienn (2004): A fogyasztói magatartást befolyásoló trendek  
változása az Uniós csatlakozás tükrében In: Beszteri, Béla; Lelovics, Zsuzsanna;  
Pécseliné, Vajai Tünde (szerk.): Magyarország és a 21. század kihívásai az  
Európai Unióban (1–2. kötet):. Tanulmánykötet az azonos című tudományos  
konferencia anyagai alapján Komárom, Magyarország : MTA Veszprémi Területi  
Bizottság pp. 133-142, 10p
  50. Dernóczy, Adrienn (2003): Globalizáció és a színek változásai In: Kárpáti, László  
(szerk.): Marketing a bővülő Európában [elektronikus dok.] : Marketing Oktatók  
Klubjának Konferenciája MOK-KA : Debrecen, 2003. szeptember 4-5. Budapest,  
Magyarország : Debreceni Egyetem Agrártudományi Centrum, Agrárgazdasági és  
Vidékfejlesztési Kar



51. Dernóczy, Adrienn (2003): The colours of marketing In: Lehoczky, L; Kalmár, L (szerk): 4th International Conference of PHD Students Economics II. pp. 35-41, 7p
52. Dernóczy, Adrienn (2003): A magyar kereskedelem lehetséges fejlődési útjai In: Hervainé, Szabó Gy; Szépvölgyi, E (szerk.): Az európai integráció – A csatlakozás kihívásai : I. Regionális PhD konferencia Székesfehérvár, Magyarország : Kodolányi János Főiskola (KJF):
53. Dernóczy, Adrienn (2003): Globalizált színek - Globalizált érzetek In: Beszteri, B (szerk.): Európaiság és magyarság Veszprém, Magyarország, Komárom, Magyarország : MTA VEAB pp. 273-278. , 6 p.

*Articles in scientific reports*

1. Molnár, Anna - Józsa, László - Dernóczy-Polyák, Adrienn (2022): A fogyasztói magatartás változása a COVID 19 járvány idején: helyzetkép két szomszédos országban In: Piskóti, István - Nagy, Szabolcs - Nagy, Katalin (szerk) Transzformatív marketing: társadalom és üzleti kihívások integrált marketing-megoldásai Az Emok XXVIII. Nemzetközi konferenciájának tanulmánykötete, Miskolc - Hernádvécse EMOK, Miskolci Egyetem és Turizmus Intézet pp160-172, 13 p.
2. Dernóczy-Polyák Adrienn (2020): Egészséges, tudatos, E-mentes? In: Dernóczy-Polyák, Adrienn (szerk.) Kutatási jelentés 4 pp. 191-200, 10p
3. Dernóczy-Polyák Adrienn - Kurucz, Attila (2020): A modern értékek csak a bennszülötteké? In: Dernóczy-Polyák, Adrienn (szerk.) Kutatási jelentés 4 pp. 160-167, 8p
4. Dernóczy-Polyák Adrienn (2020): Mézes élet, avagy ragadjon ránk az egészség In: Dernóczy-Polyák, Adrienn (szerk.) Kutatási jelentés 4 pp. 213-221, 9p
5. Dernóczy-Polyák, Adrienn - Keller, Veronika (2019): Evési magatartás komplex megközelítésben In: Dernóczy-Polyák, Adrienn (szerk.) Kutatási jelentés 1 pp. 517-522, 6p
6. Dernóczy-Polyák Adrienn (2019): Evési magatartás vizsgálata az azeri nők körében In: Dernóczy-Polyák, Adrienn (szerk.) Kutatási jelentés 1 pp. 510-516, 7p
7. Dernóczy-Polyák Adrienn - Kurucz, Attila (2019): Munkavállalói elköteleződés rendszerszintű elemei In: Dernóczy-Polyák, Adrienn (szerk.) Kutatási jelentés 1 pp. 503-509, 7p
8. Dernóczy-Polyák, Adrienn ; Keller, Veronika ; Ercsey, Ida (2017): Az Y generáció jellemzése evési magatartás alapján a TFEQ segítségével In: Bányai, Edit; Lányi, Beatrix; Töröcsik, Mária (szerk.) Tükröződés, társtudományok, trendek, fogyasztás Egyesület a Marketing Oktatásért és kutatásért (EMOK) XXIII. országos konferencia: Tanulmánykötet Pécs, Magyarország : Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar (PTE KTK) pp 510-520, 11p
9. Dernóczy, Adrienn (2007): A színek szerepe a marketingben In: Svéhlik, Csaba Marketing a 21. században : Kihívások, trendek, szemléletváltás Kheops Automobil-Kutató Intézet Mór, Magyarország pp. 35-84, 50p
10. Dernóczy, Adrienn - Józsa, László (2005): Szín és marketing, csoportképzés a színek világában In: Józsa, László; Varsányi, Judit (szerk.) Marketingoktatás és

kutatás a változó Európai Unióban Marketing Oktatók Klubjának XI. Konferenciája előadásai Győr, Magyarország : Széchenyi István Egyetem pp. 417-428. , 12 p.

11. Dernóczy, Adrienn - Józsa, László (2005): A színek mint eszközök a marketingben In: Solt, Katalin; Böhm, Antal; Farkas, Szilveszter; Ferenczi, Zoltán; Honvári, János; Józsa, László; Ablonczyné, Mihályka Lívía; Rechnitzer, János (szerk.) Ünnepi dolgozatok : 15 éves a győri közgazdászképzés Győr, Magyarország : Széchenyi István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Intézet pp. 144-151, 8p

#### *Editorial scientific reports*

1. Reisinger, Adrienn - Dernóczy-Polyák, Adrienn - Printz-Markó, Erzsébet; Buics, László (2022): Innováció, digitális transzformáció és a válságból való kilábalás útja Széchenyi István Egyetem ISBN: 9786156443052 Konferenciakötet
2. Dernóczy-Polyák, Adrienn (2020): Kutatási jelentés 4. Győr, Magyarország : Universitas-Győr Nonprofit Kft. ISSN: 2676-7937 Tanulmánykötet
3. Dernóczy-Polyák, Adrienn (2020): Kutatási jelentés 3. Győr, Magyarország : Universitas-Győr Nonprofit Kft. ISSN: 2676-7937 Tanulmánykötet
4. Dernóczy-Polyák, Adrienn (2020): Kutatási jelentés 2. - Research Report Győr, Magyarország : Universitas-Győr Nonprofit Kft. ISSN: 2676-7937 Tanulmánykötet
5. Dernóczy-Polyák, Adrienn (2019): Kutatási jelentés 1. Győr, Magyarország : Universitas-Győr Nonprofit Kft. ISSN: 2676-7937 Tanulmánykötet

### **Other Important Forms of Scholarly Productivity**

#### Research projects and responsibilities

- 2017-2021. sub-project leader - EFOP-3.6.1-16-2016-00017 - Internationalisation, creation of a new generation of teachers, researchers and students, development of knowledge and technology transfer as tools for smart specialisation at Széchenyi István University; 4th sub-project: International visibility of research areas at international level
2023. jan. project member – RRF-2.3.2-21-2022-00028 - Infrastructure and skills development for practice-oriented training at Széchenyi István University (Commerce and Marketing BSc)
2023. jún. project member – RRF-2.3.2-21-2022-00028 - Infrastructure and skills development for practice-oriented training at Széchenyi István University (Marketing MSc)

### **Consultancies and Contract Research**

#### *Academic Responsibilities*

MSc courses taught

2004-2005 Management tools and practice (theory)

2004-2006	Beruházás – gazdálkodás-pénzügyi complex project (gyakorlat)
2004-2008	Marketingkutatás I.-II. (elmélet és gyakorlat)
2010-2011	Marketing strategy (practice)
2014-2017	Kutatásmódszertan (elmélet és gyakorlat)
2015-2018	Termék- és márkasztratégiák (elmélet és gyakorlat)
2016-2020	Product and Brand strategies (theory and practice)
2005-	Marketingstratégia (elmélet)
2008-	Marketingkutatás, környezet- és piacelemzés (elmélet és gyakorlat)
2010-	Komplex Marketing tervek készítése (elmélet és gyakorlat)
2010-	Making Complex Marketing Plans (theory and practice)
2011-	Marketing research, environmental and market analysis (theory and practice)
2011-	Research methodology (theory and practice)

#### BSC courses taught

2003-2017	Marketing (elmélet és gyakorlat)
2004-2006	Vállalatgazdaságtan (gyakorlat)
2004-2006	Menedzsment ismeretek (gyakorlat)
2007-	Marketingkutatás (elmélet és gyakorlat)

#### Supervision:

##### *Theses examined for Master level in English*

1. Amirov Tunar (2023): To what extent is the cover design of books important on consumer buying behavior?
2. Aarayzou Mariam (2023): The influence of video marketing on consumer behaviour
3. Gilimianova Diana (2023): Art collaboration as a communication tool when working with luxury brands
4. Ben Salem Aya (2023): Analysis of Consumer Behavior Shifts at the Tourism Sector Post Covid-19 Pandemic
5. Hakim Hussein (2022): The loyalty of followers towards influencers on social media: a personal branding approach
6. Navas Charry Catalina (2021): Market penetration strategy for the safemark products of Witte Group in Columbia
7. Abdullayev Tavakkul (2021): Sleeping routines, physical activities and cigarette-use related behaviors during Covid 19 pandemic
8. Huseynzade Sadi (2021): The Impact of Sales Promotion on Consumer Behavior During the Pandemic Situation
9. Manodham Souvimon (2021): Consumer Attitude and Factors Affecting Organic Food Product Purchasing in Lao PDR
10. Phetxayyabouth Minaphone (2020): Healthy lifestyle consumers perception toward green product and factors influence consumers to green purchasing in Vientiane capital Laos
11. Kocsis Bianka (2019): Brand building with the tools of symbolism

12. Akbarli Guney (2018): Healthy eating concerns among students: An exploratory study about factors influencing eating habits of university students
13. Alasgarova Rugiyya (2018): Effect of taste or why we overeat in Azerbaijan: An empirical study about the factors which influence the eating behavior of Azerbaijani women

*Theses examined for Master level in Hungarian*

14. Darvas Dorottya Éva (2023): Késő bánat, kismama gondolat? avagy kismamán kognitív állapotának, online impulzív vásárlásuknak, és a beszerzést követő diszonzancia érzésének összefüggései
15. Horváth Marianna Elza (2023): A Közlekedési Kultúra Napja országos rendezvény értékelése a társadalmi (köz)felelősségvállalás és a nonprofit marketing tükrében
16. Polgár Eszter (2023): Metaadatok elemzése, módszertani megközelítése - Egészségmegőrzés
17. Kapa Martin (2023): Győri vállalkozások válságmenedzselése
18. dr. Gottwald Péter László (2022): Fogorvosi rendelő marketingterve
19. Jakabos Zsuzsanna (2021): A speciális diéták mögött álló motiváció
20. Somlai Zsanett (2021): Evés- és testképzavarok - hogyan küzdünk meg a modern társadalom elvárásaival
21. Mádl Anikó (2021): Étkezési- és vásárlási szokások vizsgálata
22. Dobronyi Kitti (2020): Sport a coachingban vs. coaching a sportban
23. Fiú Tamás (2020): Egészséges életmód, trendek és tendenciák: Dér Méhészet
24. Király Dávid (2020): Az Y generáció étkezési szokásai az E-számok függvényében
25. dr. Kálovits Ferenc (2020): Egészséges életmód és egészségtudatosság a Baby boom és "Y" generációkban
26. Bata Tímea (2018): Az Y generáció olvasási szokásainak vizsgálata
27. Pintér Anita (2018): Egyedit a tömegtermék helyett! A kézműves termékek piacának elemzése
28. Dankó Dóra (2018): Munkahelyi egészségmegőrző-fejlesztő programok hatása a munkavállalók elégedettségére

*Theses examined for Bachelor level*

29. Simigla L. Richárd (2023): Adatbázis és metaadat használat a vállalkozások vonatkozásában
30. Hanyvári Kitti (2023): A gazdasági válság hatása a fogyasztói magatartásra
31. Pataki Zsófia (2023): Magyarországon a kuponokban rejlő lehetőségek marketing szempontú vizsgálata
32. Abai Eszter (2023): A Z generáció továbbtanulási motivációi és intézményválasztási döntésüket befolyásoló tényezők
33. Libényi Tamás (2022): Az egészségtudatos magatartás felmérése és elemzése, sportolással kapcsolatos applikációk használata
34. Balázs Andrea (2022): A nemfogyasztás alakulása napjainkban
35. Lázár Kitti Dóra (2022): Közösségi média hatása a testképre
36. Izsák Dávid (2022): A sporttudatosság vizsgálata

37. Ratatics Lilla Dóra (2022): A munkahelyi stressz és az egészség kapcsolata
38. Miletics Melánia (2022): A covid és a testmozgás kapcsolatának vizsgálata
39. Tvarosek Karina (2022): Túlfogyasztás vizsgálata napjainkban
40. Csáderová Gabriela (2022): Egészséges életmód és tendenciák
41. Varga Áron Dorián (2021): A világhajrány hatásai a sportfogyasztásra
42. Bagyánszky Gabriella (2021): Egészséges életmód, tendenciák
43. Göncz Konor (2021): Fogyasztási szokások az étrend-kiegészítők körében
44. Takácsné Parcsami Éva (2021): Süteménytrendek
45. Király Bernadett Magdolna (2021): Egészséges életmód, tendenciákEgészséges életmód, tendenciák
46. Horváth Botond (2021): Az egészséges életmód és az elektromos kerékpárok kapcsolata
47. Bozsik Fanni Anna (2021): Corporate wellbeing, mint a vállalati hatékonyság eszköze
48. Mazsaroff Fanni (2020): A percepció folyamat hatásának és jelentőségének a vizsgálata egy konkrét bevásárlóközpont közösségi médiában folytatott tevékenysége alapján
49. Szecsődi Roland (2020): A stressz, mint egészséget meghatározó faktor vizsgálata a marketing-hatékonyság tükrében
50. Schmelczér Mónika (2020): Egészséges életmód vizsgálata nyaralás alatt Magyarországon
51. Bősze Enikő (2020): Az egészséges táplálkozás az X, Y és Z generáció körében
52. Lung Roxána (2020): Baby boom generáció fizikai aktivitásának és motivációjának vizsgálata
53. Pánovits Renáta (2020): Egészséges életmód és tendenciák a cukorbetegség körében
54. Horváth Zsófia Csilla (2020): Egészséges táplálkozás az élet különböző szakaszaiban
55. Kapa Martin (2019): Egészséges életmód, a generációk táplálkozási szokásai
56. Kunszabó Márk (2019): A Z generáció egészségtudatos magatartása
57. Kapa Márkó (2019): Az egészséges életmód, fizikai aktivitás az X generáció vonatkozásában
58. Szabó-Bogár Dániel (2019): Magyarország helyzete az egészséges életmód tükrében
59. Némethné Schwenk Zsófia (2019): Életmód trendek és a fogyasztói magatartás vizsgálata, a hazai vadhús-fogyasztási szokások tükrében
60. Korcz Erika (2019): Az egészséges életmód tendenciái az idős korosztályban
61. Badár Lídia (2019): Egészséges életmód - A fenntartható gazdálkodás hogyan járul hozzá az egészséges életmódhoz és ennek milyen pozitív hatásai vannak a munkaerőpiacra
62. Horváth Vivien (2018): Az egészséges élelmiszerek térnyerése a piacon – a fitness termék látogatóinak élelmiszer-vásárlási szokásai
63. Molnár Erzsébet (2018): A magyar lakosság táplálkozási szokásainak változása az egészségtudatosság jegyében

*Theses examined for Undergraduate level*

64. Ambrus-Bartos Lilla (2023): Egészséges életmód, tendenciák A prevenció szükségessége és megnyilvánulása az egészséges életmódon belül

65. Viola Zoltán (2022): Egészséges életmód, tendenciák
66. Francia Barbara (2022): Egészséges életmód, tendenciák
67. Ispán Csenge (2022): Egészséges életmód tendenciák
68. Tóth Vivien (2021): Egészséges táplálkozási tendenciák Alternatív megoldások az egészség tükrében
69. Baranova Alexandra (2021): Egészséges életmód a COVID-19 járványhelyzet idején
70. Zokolica Barbara (2021): A sajátos táplálkozások miatt kialakult megvetések és kiközösítések
71. Szabó Viktória (2021): A 18-30 éves korosztály testedzési szokásainak vizsgálata a Covid-19 világjárvány alatt
72. Horváth Diána (2021): A Z generáció egészségtudatos magatartása
73. Szokolai Alexandra Beatrix (2020): Egészséges életmód, tendenciák: Az énkép kialakulása
74. Balogh Kitti Ildikó (2020): Médiahasználati szokások, generációs megközelítésben
75. Sükösd Valentina (2020): Egészséges táplálkozás, tendenciák Laktózintolerancia, funkcionális élelmiszerek
76. Welleschütz Laura (2020): Egészséges életmód, tendenciák: Vegán fogyasztók életstílusa és motivációi
77. Géringerc Mercédesz (2020): Egészséges életmód, tendenciák
78. Kővári Noémi (2019): A Z generáció egészségtudatossága és a korosztályt befolyásoló reklámok
79. Farkas Roland (2019): Egészséges életmód,tendenciák
80. Burucs Vivien Patrícia (2019): Az egészséges életmód vizsgálata az Y generáció körében
81. Salamon Alexandra (2019): Étkezéshez kapcsolódó vásárlási szokások elemzése hazánkban
82. Pirka Dániel (2018): Egészséges életmód, tendenciák
83. Héger Dóra (2018): Az egészségtudatosság és egészséges életmód a magyar ifjúságnál
84. Móricz Evelin Daniella (2018): NIVEA Márkastratégia
85. Villám Klaudia (2016): Vállalati arculat értékelése - Erste Bank Hungary Zrt.