

Marton Varga

Assistant Professor



Knowledge Group: Marketing

Research Domains: Marketing Management

Teaching Domains:

marton.varga@unibocconi.it

Biography

Marton Varga è Assistant Professor presso il Dipartimento di Marketing dell'Università Bocconi. La sua attività di ricerca si colloca all'intersezione tra marketing quantitativo, economia comportamentale e analisi dei dati, con un'attenzione particolare ai processi decisionali dei consumatori e all'impatto dei contenuti digitali generati dagli utenti sulle dinamiche di mercato.

Ha conseguito il PhD in Marketing presso INSEAD, dopo un percorso formativo e professionale che include esperienze nel settore delle politiche pubbliche e studi universitari a Budapest e Lisbona. La sua produzione scientifica combina approcci empirici e sperimentali, con l'obiettivo di comprendere e modellizzare i comportamenti di consumo in contesti reali.

Tra le sue principali aree di ricerca figurano l'analisi del comportamento di ricerca e acquisto online, l'utilizzo di dati neuroscientifici (fMRI) per prevedere il successo commerciale dei nuovi prodotti, lo studio dell'impatto della pandemia sul mercato automobilistico e gli effetti dei richiami di prodotto sul valore dei beni di seconda mano.

I suoi lavori sono stati presentati in conferenze internazionali e pubblicati su riviste scientifiche di rilievo, tra cui il Journal of Marketing Research. Attualmente insegna nei corsi Strategic Marketing and Analytics (Web Analytics) e Machine Learning and Causal Inference for Marketing Decisions presso l'Università Bocconi.

Articles in Scholarly Journals

The Impact of Negative Reviews on Online Search and Purchase Decisions

VARGA, M., P. ALBUQUERQUE, "The Impact of Negative Reviews on Online Search and Purchase Decisions", Journal of Marketing Research, 2024, vol. 61, no. 5, pp. 803-820

Effects of Geographical Accessibility on the Use of Outpatient Care Services: Quasi-Experimental Evidence from Panel Count Data

ELEK, P., B. VÁRADI, M. VARGA, "Effects of Geographical Accessibility on the Use of Outpatient Care Services: Quasi-Experimental Evidence from Panel Count Data", *Health Economics*, 2015, vol. 24, no. 9, pp. 1131-1146

The effect of education, family size, unemployment and childcare availability on birth stopping and timing

VARGA, M., "The effect of education, family size, unemployment and childcare availability on birth stopping and timing", *Portuguese Economic Journal*, 2014, vol. 13, no. 2, pp. 95-115