

Sugatagi Gábor közgazdásznak tanult, majd politikatudományból doktorált. Szakmai pályafutásában több mint két évtizedes piackutatási tapasztalatot szerzett ügynökségi oldalon, elsősorban hatáselemzéssel foglalkozott ökonometriaival módszerekkel (marketing mix modell, promóciók és árképzés hatása a keresletre). Az NMHH-ban főként az internetpiac és az internethasználat negyedéves rendszerességű követésével foglalkozik.