

Ssz.	Titkos	Hallgató neve	Képzés	Szak	Szakirány	Szakedolgozat címe
1.		Balajti Tünde	BA KM lev			A Posta Biztosító marketingkommunikációja
2.	T	Battyányi-Bárány Anett	BA KM lev			Beszerezési stratégiák és folyamatok a gyakorlatban – Fókuszban a Bosch indirekt beszerzése
3.		Bereczki Barbara	BA KM lev			Marketing egy startup vállalkozásnál
4.	T	Csegöldi Tamás	BA KM lev			A Tiszai Vegyi Kombinát Nyrt. és a polimerek márkanev-váltása
5.		Fridrich-Tóth Csaba	BA KM lev			A turizmus, mint a kitörés eszköze Tiszaújváros esetében
6.	T	Illésy Szandra	BA KM lev			Telefonos értékesítési teljesítmény és motiváció elemzése aUCC Kft. Vodafone Accountjában
7.		Keresztesi Judit	BA KM lev			A televíziózás hatása a gyermekekre..
8.		Király Attila	BA KM lev			Az eladószemélyzet ösztönzése
9.		Kovács Dénes	BA KM lev			BÁNSZKI PINCE MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓJA
10.		Kozák Eszter	BA KM lev			A Posta Biztosító értékesítési tevékenységének fejlesztése
11.		Kuzman-Kasza Katalin	BA KM lev			Fogyasztók ösztönzése a kereskedő által
12.	T	Pintér Beatrix	BA KM lev			Árubeérkezési időablak kialakítása és működési rendszere az ellátási láncban a Robert Bosch Energy and Body Systems Kft-nél
13.		Sárkány Csilla	BA KM lev			A vény nélkül kapható gyógyszerek kommunikációjának elemzése a Dipankrin emésztést segítő termék példáján keresztül
14.	T	Seri Viktória	BA KM lev			Az Auchan Borsod áruház marketingstratégiája
15.		Szilágyi Teofil Béla	BA KM lev			Egységben az erő? A 808. sz. Coop arculatának vizsgálata
16.	T	Szőke Balázs	BA KM lev			AZ INDIREKT BESZERZÉSI RENDSZEREK ÉS FOLYAMATOK CENTRALIZÁCIÓJÁNAK ELŐNYEI A GLOBÁLIS NAGYVÁLLALATOK ESETÉBEN
17.	T	Tóth Lilla	BA KM lev			Pálinkamarketing, a Bestillo példáján
18.		Zombori Anita	BA KM lev			E-kereskedelem, online értékesítés a Retro Kereskedelmi Kft. gyakorlatában
19.		Balázs Bence	BA KM nap			A National Football League márkáértékének és az amerikai futball térhódításának a vizsgálata Magyarországon
20.		Csirszki Mercédesz	BA KM nap			A divatkövetés és a márkahűség közötti kapcsolat vizsgálata – avagy a nők és férfiak fogyasztói szokásai a ruházati termékek piacán

21.		Csontos Péter	BA KM nap			Labdarúgó klubok üzleti modelljének marketing aspektusai
22.		Drótos Evelin	BA KM nap			A DRÓTOS-HÚS Kft. online kereskedelmének bevezetése
23.		Gecs Flóra	BA KM nap	KM	Marketing-kommunikáció	Marketingkommunikációs-mix elemzése a Waberer's – Szemerey Logisztika Kft.-nél
24.		Hoffmann Gréta	BA KM nap			„Zemplén” Gyermekek és Ifjúsági Tábor marketingstratégiája
25.	T	Horváth Henrietta	BA KM nap			A HR marketing Robert Bosch Energy and Body Systems Kft.-n belüli súlya, szerepe, és gyümölcse: a vállalati imázs
26.		Kacsinkó Gréta	BA KM nap			Az elektronikus kereskedelem – Egy webáruház felépítése és létrehozása
27.		Kiss Nóra	BA KM nap			A társadalmi tényezők fogyasztói magatartásra gyakorolt hatásának elemzése a Tiszaújvárosi Gyógy – és Strandfürdő példáján keresztül
28.		Komenda Réka	BA KM nap			Egészséges életmód és egészségtudatosság az online marketing vonatkozásában
29.		Kovács Anna Dóra	BA KM nap			A hatékony marketingkommunikáció gyakorlata Kampánytervezés a Creppy PalacsintaHáz Étterem & BorKlub Pince számára
30.		Maczkó Tamás Zoltán	BA KM nap			DVTK mérkőzésre járók fogyasztási szokásainak felmérése
31.		Mustos Dániel	BA KM nap			Közösségi média marketing - Hogyan készíthet hatékony Facebook kampányt egy magyar kisvállalkozás?
32.	T	Nagy Mónika	BA KM nap			A sósav, mint a BorsodChem Zrt. izocianát gyártása során keletkező melléktermék értékesítési és logisztikai tevékenységének elemzése
33.		Oross Endre	BA KM nap			Patikai eladásösztönzés a Família Gyógyszertárnál
34.		Papp László	BA KM nap			Social Media Marketing és a közösségi hálózatok Az Online Marketing hatékony eszköze
35.		Pásztor Gerda	BA KM nap			Társadalmi felelősségvállalás hatékonysága és kommunikálása az ÉMÁSZ Nyrt. gyakorlatában
36.		Petrás László	BA KM nap			Kampány tervezés a Like díjcsomag részére a Telekom vállalatnál
37.		Ribb Nóra	BA KM nap			
38.		Rozgonyi Ádám	BA KM nap			bükkföldi Hotel Caramell**** marketingprogramjai eredményességének elemzése a szálloda forgalmára gyakorolt hatásuk alapján
39.		Tahi Zoltán	BA KM nap			Kampánytervezés a Hotel Vécsecity számára
40.		Tátrai Zsófia	BA KM nap	KM		Jászberény és a Jászság turizmusa
41.	T	Veres Vivien	BA KM nap			Márkaépítés a Magyar Vakolat Kft.-nél
42.	T	Vodila Vivien	BA KM nap			Integrált marketingkommunikáció bemutatása a K&H Bank példáján keresztül

43.		Hultai Adrienn	BA TU lev			A Hajdúszoboszlói Hungarospa Zrt. marketingtevékenysége
44.		Szebényi Barbara	BA TU lev	Turizmus- Vendéglát	Kulturális turizmus	A turizmus, mint kitörés eszköze a sátoraljaújhelyi kistérségben
45.		Szilágyi Bernadett	BA TU lev			A L'Huillier Coburg kastély múzeumi kávéházának megvalósíthatósági vizsgálata
46.		Sajti Dénes	BA TU lev			Harsányi turizmus fejlesztési lehetőségeinek bemutatása
47.		Bánfi Ildikó	BA TU nap			A fogyatékkal élők kulturális turizmusának fejlesztése
48.		Bárdos Zsuzsanna	BA TU nap			A Borsodi Fonó Folkfesztivál kulturális turisztikai elemzése
49.		Bári Viktor	BA TU nap			A Sport jelentősége a Turizmusban a Diósgyőr és a Manchester United példáján levezetve
50.		Berzi Bence	BA TU nap	Turizmus- Vendéglát	Kulturális turizmus	A „száguldó cirkusz” és a turizmus kapcsolata
51.		Bodnár Edit	BA TU nap	Turizmus- Vendéglát	Kulturális turizmus	Az utazási szokások változása különös tekintettel az egyes turisztikai termékek keresletére
52.		Darab Dóra	BA TU nap			Kreativitás és innováció a szállodaiparban. Tematizált szállodák
53.		Dorková Enikő	BA TU nap			A Tatrai régió turisztikai versenyképessége
54.		Erdős Gréta	BA TU nap	Turizmus- Vendéglát	Kulturális turizmus	Az Anyukám mondta étterem sikertörténete
55.		Horváth Krisztián	BA TU nap			Üzemen kívüli gyár és katonai épületek turisztikai hasznosítása
56.		Juhász Viktróia	BA TU nap			Erdőbénye turisztikai lehetőségei
57.		Konkoly Ramóna	BA TU nap	Turizmus- Vendéglát		Tokaj-hegyalja borvidék 2007. és 2013. között történő turisztikai fejlesztésének hatása a vendégforgalom alakulására
58.		Kovács Krisztina	BA TU nap	Turizmus- Vendéglát		A saját szervezésű utazások elterjedése, hatásai az utazási irodák piacára, a piacon maradás esélyei és eszközei
59.		Krupár Anna	BA TU nap	Turizmus- Vendéglát	Kulturális turizmus	A magyar nyelvű animáció jelentősége külföldi üdülőszállodákban
60.		Papp Renáta	BA TU nap			A HILTON Budapest Hotel és a RADISSON BLU BÉKE**** Szálloda rendezvényszervezési tevékenységének összehasonlítása
61.		Stefán Brigitta Edit	BA TU nap			Japán turizmus-rendszerének elemzése
62.	T	Szabó Evelin	BA TU nap			Turisztikai termékfejlesztési lehetőségek a Globus Travelnél
63.		Szabó Krisztián	BA TU nap			A MISKOLCI SÖRFESZTIVÁL fejlesztési lehetőségei egy nemzetközi összehasonlítás alapján
64.		Székely Gergő	BA TU nap			Konfliktushelyzetek és konfliktushelyzetek kezelése a Calimbra Wellness és Konferencia Hotelben

65.	Tamók Klaudia	BA TU nap	Turizmus- Vendéglát		A turisztikai desztinációmenedzsment működésének vizsgálata
66.	Tirpák Eszter	BA TU nap	Turizmus- Vendéglát		Törökország turizmusa
67.	Tölgyesi Dóra	BA TU nap	Turizmus- Vendéglát	Kulturális turizmus	Nyíregyháza szerepe a turizmusban, továbbá Szabolcs-Szatmár-Bereg megye gasztronómiai jelentősége
68.	Záhorsky Enikő	BA TU nap	Turizmus- Vendéglát	Kulturális turizmus	Sarkad turizmusfejlesztése
69.	Demeter Ágnes	MA nap			A vendégelégedettség befolyásoló tényezői a Hunguest Hotel Palota esetében
70.	Nagyné Muri Emese	MA nap			Hernádszentendrából Bioszentandrás – Egy hazai ökológiai mintagazdaság marketingstratégiája
71.	Oláh Andrea	MA nap			Az új termékek ármeghatározásának elméleti kérdései és gyakorlati válaszai
72.	Szunyog Ádám	MA nap			Egy e-kereskedelmi bolt marketingstratégiája
73.	Ungvári Róbert	MA nap			Hely.hu, egy új hely az online szállásközvetítés térképén - Egy online üzleti modell piaci analízise és marketing lehetőségeinek elemzése