

2009. szakdolgozat címlista

<i>Bartus Sándor</i>	A reklámozás világa, a világ reklámozása
<i>Gávai Alex</i>	A szolgáltatásmarketing-kontrolling eszköztárának bemutatása egy észak-magyarországi fürdő példáján keresztül
<i>Hárskuti Anett</i>	A kulturális környezet hatásának bemutatása a nemzetközi értékesítés tevékenységére, különös tekintettel Iránra
<i>Kerekes Tímea</i>	Turisztikai Desztináció Menedzsment szervezet létrehozása a Bükk-Miskolc térségben
<i>Kovács Erika</i>	Az online reklámozás sajátosságai – sütik a képernyőn
<i>Lakatos Gabriella</i>	A Flexo 2000 Csomagolótechnikai Kft. Nemzetközi marketing stratégiája a román piacon
<i>Lieber Nóra</i>	Fomir- Felsőoktatási Marketinginformációs rendszer
<i>Márki Csilla Piroska</i>	Étrend-kiegészítők szerepe a betegség megelőzésében és az egészség fenntartásában a Flavin7 elégedettségi vizsgálat alapján
<i>Molnár Tímea</i> BIZALMAS	Független filmipar vs Hollywood
<i>Pálházi Anita</i> BIZALMAS	A Robert Bosch Power Tool Kft kommunikációs tevékenységének vizsgálata a Miskolci Egyetem hallgatói körében
<i>Péter Marianna</i>	Helyi desztinációmenedzsment szervezet létrehozásának vizsgálata Magyarországon
<i>Sipos Tamás</i>	A Tisza-tó turisztikai marketingstratégiája a „vizek évében”
<i>Várdai Petra</i> BIZALMAS	A General Electric Lighting kelet-európai marketing stratégiája és a befolyásoló tényezők elemzése
<i>Dobos János</i> TITKOS	A Coop üzletlánc törzsvásárlói rendszerének elemzése
<i>Béres Éva</i>	Tudatos kommunikáció a garázsban?
<i>Czaga Marianna</i>	Termékváltás-váltás nehézségei a B2B marketingben
<i>Dudás Béla Gábor</i>	Ügyfél-elégedettség mérése a Ford Vagép Zrt-nél – avagy mitől márkahűek a Ford tulajdonosok
<i>Kalina Judit</i>	HVG - Tények mögött a lényeg
<i>Lőrincz Andrea</i>	Vevőelégedettség mérése a Borsod Volán Zrt-nél
<i>Mucsicska Judit</i>	Napjaink gazdasági válságának hatása a hazai pénzintézetek marketingkommunikációjára
<i>Petrovics Petra</i>	A Mátrai Erőmű Zrt. külső vállalati image-e, avagy hogyan vonzzuk a fiatal pályakezdeket a vállalathoz
<i>Szabó Viktor István</i>	Szolgáltatásminőség és fogyasztói elégedettség mérése a szolgáltató szektorban- avagy a Millennium Hotel és a Toldi Fogadó szolgáltatás minőségének és fogyasztói elégedettségének összehasonlítása
<i>Szücs Zsuzsanna</i> BIZALMAS	Személyügyi marketing a Robert Bosch GmbH. miskolci telephelyén
<i>Tóth Boglárka</i>	Az érem két oldala, avagy mitől elégedett a vendég

<i>Vihar Zsuzsanna</i>	Trend a lelke mindennek, avagy Gerillamarketing a fiatal felnőttek elérésére
<i>Barna Enikő</i>	A plazmareklám értékesítési problémáinak megoldása és hatékonyságának mérése a Miskolci Egyetemen
<i>Farkas Ferenc</i>	Tények és trendek az elektronikus kereskedelemben
<i>Horváth Eleonóra</i>	A Shannon Pub átvilágítása marketing szempontból
<i>Kovács Bernadett</i>	Az Elszöv-Automatika Kft. marketingkommunikációja
<i>Lipcsei Éva</i>	A Costa Caffee magyarországi bevezetésének bemutatása és elemzése
<i>Orosz Eszter</i> BIZALMAS	Az új Skoda Superb bevezető kampánya Maxx Autónál
<i>Scitovszky Anita</i>	A marketingkommunikáció és a reklámpszichológia kapcsolata, hatásai a gyerekekre fókuszálva
<i>Sipos Attila</i>	Gyerekek a reklámok árnyékában
<i>Sztricskó Judit</i>	A marketingkommunikáció összehasonlítása a Sajdó családi Pincészet Tolcsva-Bor Szőlőfeldolgozó és Kereskedelmi Kft. és a Tokaj Kereskedőház Rt. között
<i>Tajti Krisztián</i>	A magyar egyetemi sport marketingje

Alap levelező hallgatók Marketing szakirány

Ádám Vanda	A Magyar borágazat és annak marketing szempontú elemzése
Bányainé Murvai Tímea	A városmarketing széles eszközalettája, avagy Miskolc kommunikációs lehetőségei a turizmus fejlesztésében
Bordás Beáta	Környezettudatos marketing a McDonald's esetében
Boza József	A szabadidősportban rejlő szponzorálási lehetőségek a Rudolf-telepi Szabadidő és Életmód Klub példáján keresztül
Hajdukné Orosz Annamária	Marketingkommunikáció gyakorlati alkalmazása Internet szolgáltatás esetén a UPC Magyarország Kft-nél
Konyha Csilla	Vállalati társadalmi felelősségvállalás a Holcim Hungária Zrt-nél
Maleczky Ákos TITKOS	A Stonhard Europe Inc. Belépése a magyar építőipari piacra
Mátyás Edina	Turisztikai desztináció menedzsment rendszer Tiszaújváros helyi TDM létrehozása
Nagy Tünde	OTC gyógyszerkészítmények marketingkommunikációja
Pallér Zsuzsanna	A Diósgyőri Várfesztivál marketingstratégiáját befolyásoló gazdasági válság hatásai a 2009. évi rendezvénysorozatra
Szabó Andrea	A CleverBoard Interaktív Tábla Kft. értékesítési technikáinak elemzése
Zsuga Zsolt	Az Észak-magyarországi Régió képe az Európai Unióban