

Szakdolgozatok 2010. június 8-10.

Név	Típus	A szakdolgozat címe	Belső konzulens neve
Antal Anita	T	Új ipari termék fejlesztése és bevezetése a TVK Nyrt-nél	Molnár László
Aros Renáta Tímea		Az Inform Média Kft. marketing tevékenységének bemutatása	Gulyásné dr. Kerekes Rita
Baranyi Zsuzsanna	T	A megfizetett tanulópenz - avagy a kecskeméti Mind-diák Szövetkezet bemutatása	Dr. Nagy Szabolcs
Bartha Eszter	T	A Michelin Hungária Abroncsgyártó Kft. belső kommunikációjának elemzése különös tekintettel a BIB TV eszközre	Dr. Nagy Szabolcs
Belus Marietta	T	A Red Bull energiatallal kapcsolatos fogyasztói magatartás vizsgálata a miskolci egyetemisták körében	Dr. Nagy Szabolcs
Bereczki Barbara		A Bereczki Vendégházak marketingtervének összeállítása	Marien Anita
Béres Andrea	T	On-line értékesítési megoldások bevezetése az Otto Bock Hungária Kft-nél	Dr. Steiner István
Bihari Csaba János		UniCredit Bank bankkártya- és bankkártya szolgáltatás marketing tevékenységének elemzése	Dr. Nagy Szabolcs
Csákány Zsanett	T	A magyar gasztronómia kialakulása Mátyás király udvarától napjainkig	Juhász Annamária
Csordás Péter		Sportegyesületek marketingtevékenységének fejlesztése a Pestszentlőrinc-Elektromos-Rév KC példáján keresztül	Dr. Szántó Ákos

Csóke Marietta		A Hajdúböszörményi Tájházak helyi megítélésének vizsgálata, avagy hogyan népszerűsíthető a hajdúsági hagyományörzés	Dr. Szántó Ákos
Demjén Zoltán		Marketing az oktatásban, a Sajó-menti Szakképzés-szervezési Társulás marketingtevékenységének bemutatása	Juhász Annamária
Dr. Bódiné Kecskés Angelika		Piacutatás a Peru Gyöngye tea marketingstratégiájának kialakításához	Molnár László
Fehér Szabolcs György		Miskolc városmarketingje a Kocsonyafesztivál aspektusából	Gulyásné Dr. Kerekes Rita
Forgács Gergely	T	Turisztikai tematikus utak létrehozásának módszertana a Bükk-i Tájegységben, és közvetlen földrajzi környezetében	Dr. Steiner István
Garancz Borbála		Netnográfia – Az online közösségi tartalmak szerepe a marketing kutatásban, az elemzés lehetőségei	Molnár László
Goda Szilvia		Az Aranylánc Kártya bevezetésének lehetőségei Egerben	Molnár László
Gömöri Beáta		A Fireplace Kft. nemzetközi értékesítésének elemzése és fejlesztése a stratégiai célokkal összhangban	Dr. Dankó László
Hajzerné Hajnal Tünde	T	A Térségi Hulladék-Gazdálkodási Kft. marketingkommunikációs tevékenységének vizsgálata	Dr. Nagy Szabolcs
Havas Anita		A GROHE Hungary Kft. értékesítési tevékenységnek fejlesztése	Dr. Dankó László
Hubicsák Mária	T	A CESTE Közép-Európai Kőkereskedelmi Vállalat kereskedelmi stratégiája	Dr. Dankó László
Humicskó István		A világválság hatása az autóeladásokra a világban és Magyarországon	Dr. Szántó Ákos

Iglai Gergely	T	A Gála Kereskedelmi Zrt. kereskedelmi kapcsolatainak fejlesztése multinacionális környezetben	Dr. Dankó László
Ignác Izolda		A Fáy András Közgazdasági Szakközépiskola helyzetelemzésére épülő marketing stratégiájának kialakítása	Juhász Annamária
Jóbi Renáta		Egy márka születése a gyermekcipő piacon, avagy a Szamos Kölyök marketingkommunikációjának megalapozása	Dr. Szántó Ákos
Kiss Dorottya		Dolce Vita avagy mézfogyasztási szokások elemzése Kelet-Magyarországon	Dr. Nagy Szabolcs
Kiss Réka		A II. Miskolci Vigasság gasztronómiai keresletét feltáró kutatás	Juhász Annamária
Komporday Dávid Gábor	T	A miskolci Robert Bosch Power Tool Elektromos Szerszámgyártó Kft. beszerzési politikájának bemutatása	Dr. Steiner István
Kontrás Mónika	T	A globális fogyasztók vizsgálata a Tesco Globál Zrt-nél	Dr. Piskóti István
Koropcsák Alexandra		A II. Miskolci Vigasság kommunikációs kampányának megtervezése lakossági felméréssel alátámasztva	Juhász Annamária
Kovács Anikó		„Nem mosni csak cserélni”, a kínai ruházati termékekkel kapcsolatos fogyasztói magatartás elemzése	Dr. Nagy Szabolcs
Krajcsik Orsolya		A marketingkommunikáció szerepe és jelentősége az Országos Fogyasztóvédelmi Egyesületnél	Juhász Annamária
Kriván Gergő		A Hell Energy Kft. marketingkommunikációja	Dr. Steiner István
Lengyel Tibor		A marketingstratégia fejlesztési lehetőségei a KisChemicals Kft-nél	Dr. Piskóti István

Magos Ildikó		Shopping kultúra avagy a fogyasztói magatartás eltéréseinek vizsgálata a japán és a magyar vásárlók körében	Dr. Nagy Szabolcs
Makara Nikolett		Egy új szolgáltatás bevezetése az Á. Tóth és Barátai Produkciós és Reklámügynökség Kft-nél	Gulyásné dr. Kerekes Rita
Menyhért Éva	T	A TVK Nyrt. kis- és közepes magyar vevőinek beszerzési szokásai	Molnár László
Mezey Enikő		A Bevicom Kft. Pannon Partner Üzlet szolgáltatás mixének és önállóan létrehozott új promóciós eszközeinek elemzése	Dr. Szántó Ákos
Molnár Boglárka		Egy elképzelt turisztikai attrakció marketingtervének leírása	Dr. Nagy Szabolcs
Nagy Gábor Ottó	T	A Bosch Elektromobil verseny, mint PR eszköz	Gulyásné dr. Kerekes Rita
Nagy Katalin		Turizmusfejlesztés Borsod-Abaúj-Zemplén megyében a Magyarország-Szlovákia Határon Átnyúló Együttműködési Program 2007-2013 segítségével	Dr. Piskóti István
Orvos Hajnal		A Szinvapark bevásárlóközpont marketingkommunikációs stratégiájának kutatása, elemzése és hatékonyságnövelési módszerei	Dr. Nagy Szabolcs
Pázmándi Szabolcs Levente		Miskolc imázs vizsgálata a városmarketing tükrében	Dr. Piskóti István
Petercsák Tibor		A Miskolc kártya integrált marketingkommunikációja és továbbfejlesztési lehetőségei	Marien Anita
Péteri Balázs		Marketingkutatás az ügyvédi ügyviteli szoftverek piacán új termék bevezetése érdekében	Dr. Szántó Ákos
Pongrácz Éva	T	Az MDI termék nemzetközi marketing stratégiája	Dr. Dankó László

Pósa Beáta		Saját márkás termékek helye és szerepe a Coop csoport példáján	Dr. Piskóti István
Póti Tamás		Tanulói elégedettségi vizsgálat a Petőfi Sándor Közgazdasági Szakközépiskolában	Juhász Annamária
Prihoda Adrienn		A II. Miskolci Vigasság kulturális programjait megalapozó kutatás	Juhász Annamária
Pusztai Ágnes		Az ipari marketing sajátosságai és konkrét vállalati gyakorlat a FUX ZRt. esetében	Gulyásné dr. Kerekes Rita
Rimán Erika		A közigazgatási intézmények marketing tevékenységének és kommunikációjának a bemutatása, az APEH intézményén keresztül	Gulyásné dr. Kerekes Rita
Ruscsák Orsolya	T	A chipsfogyasztási szokások vizsgálata, avagy miért a Chio?	Molnár László
Spisák Edina		(V)enni vagy nem (v)enni, avagy marketingkommunikáció a hazai bioélelmiszerek piacán	Dr. Piskóti István
Susán Szilvia		Marketingkommunikációs lehetőségek a Salgó Hotelnél	Gulyásné dr. Kerekes Rita
Sváb Gábor Gergő	T	Testreszabott értékesítést segítő web alkalmazás fejlesztése a Veréb Kft. számára	Juhász Annamária
Szakács Angéla	T	Vevőérték és elégedettség elemzés a RUUKKI Hungary Kft-nél	Dr. Piskóti István
Szakály Andrea Anna		A vidékfejlesztés marketingje a Zempléni Tájak Vidékfejlesztési Egyesület példáján	Dr. Dankó László
Szárász Attila		A kompetencia alapú online marketing stratégiája és innovációja a KKV szektorban	Dr. Steiner István

Szilágyi Szabina		Móri borvidék bemutatása	Molnár László
Sztojalovszky Melinda	T	A SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. ügyfél-elégedettségének vizsgálata	Dr. Nagy Szabolcs
Takács Réka		Fogyasztói magatartás a bioélelmiszerek piacán	Dr. Nagy Szabolcs
Tóbis Anita		Egészségturizmus a Palotaszállóban	Dr. Nagy Szabolcs
Varannai Eszter		Az egészségturizmus jelentősége és fejlesztési lehetőségei az Észak-Magyarországi régióban	Marien Anita
Veres Tímea		Szingli trendek - trendi szinglik, avagy egy új célcsoport fogyasztói magatartásának elemzése	Molnár László
Vinnai Ádám Dávid		A Tokaji bor marketingjének lehetőségei a Miskolci Egyetem gazdász hallgatói körében	Dr. Piskóti István
Zsigmond Száva		Navigare necesse est – Tájékozódni márpedig kell!	Dr. Piskóti István
Zsoldos Anett		A városmarketing szerepe Kisvárdán életében	Dr. Szántó Ákos