

1. Marketing-kontrolling. In Doktoranduszok Fóruma 2007: Miskolc, 2007. november 13.: Gazdaságtudományi Kar szekciókiadványa. Miskolc: ME Innovációs és Technológia Transzfer Centrum, 34-40.o.
2. Theoretical Background of Marketing-Controlling. In: 16<sup>th</sup> Nov. 2007. Budapest Tech, Keleti Károly Faculty of Economics. Business Sciences, Symposium for Young Researchers, Fest of Hungarian Science 2007. (ISBN 9789637154 64 5) P. 55-65.
3. Sales controlling. In: microCAD 2008, International Scientific Conference 20-21 March 2008., Section R: Company Competitiveness in the XXI Century (ISBN 978-963-661-812-4 Ö) P. 13-19.
4. A szponzorálás kontrollingja. In: Károly Róbert Főiskola: XI. Nemzetközi Tudományos Napok 2008. március 27.-28., Vállalkozások Ökonómiája II., 18-23.o. (ISBN: 978-963-87831-2-7)
5. A reklámok siker-ellenőrzése. In: XIV. Ifjúsági Tudományos Fórum, Keszthely, ISBN: 978-963-9639-24-9. CD-ROM
6. Key-account controlling. In: 4<sup>th</sup> Annual International Bata's Conference for Ph.D. Students and Young Researchers, In: Tomas Bata University, Zlin, 2008.04.10., ISBN: 978-80-7318-663-0) P. 289. CD-ROM
7. Marketing-kontrolling az e-kereskedelemben. In: XI. Tavasz Szél Konferencia 2008. május 23-25., Tavasz Szél Konferencia Cikkei: Társadalomtudományok: 465-472.o. (ISBN: 978-963-87569-2-3)