

Legfontosabb tudományos munkák jegyzéke

DR. PISKÓTI ISTVÁN

Önálló könyv, kiadvány

1. Marketing innovatív kis- és közép vállalkozások számára
Innostart 1996. 107.p.
2. Régió- és településmarketing (szerzők: Piskóti I., Dankó L., Schupler H., Bűdy L.)
Miskolc, 1997. 352.p.
3. Rendszertermékek a nemzetközi marketingben
in Globális marketing 256-276p Műszaki Kiadó 1999.
4. Régió- és településmarketing (szerzők: Piskóti I., Dankó L., Schupler H.,)
Budapest, KJK-Kerszöv 2003.
5. Marketingelmélet a gyakorlatban (Berács – Lehota- Piskóti-Rekettye)
Budapest, KJK-Kerszöv 2004.
6. Múzeumi marketing
in: Dinya.L.etc. Nonbusiness marketing és menedzsment KJK Kerszöv 2004. 401-416.
7. Marketing theory and Practice a hungarian perspective (Berács-Lehota-Piskóti-Rekettye) *Akadémiai Kiadó, Bp. 2004.*
8. Döntésorientált Marketing - Decision-oriented Marketing (Józsa-Piskóti-Rekettye-Veres) *Budapest, KJK-Kerszöv 2005.*
9. Innovációmarketing – (Vágási-Piskóti-Buzás)
Akadémiai Kiadó, Bp. 2006.
10. Marketingkaleidoszkóp (Piskóti szerk.)
Miskolci Egyetem 2006.
11. Marketingkaleidoszkóp 2008 (Piskóti szerk.)
Miskolci Egyetem 2008.

Kapcsolódó folyóirat cikkek, konferencia-kiadványok

1. CIM technológiák marketingje I. II.
Marketing XXV. évf. 5-6. sz. 257-263. o.
Marketing XXVI. évf. 1. sz. 10-15. o.
2. CIM-marketing
II. Nemzetközi Marketing Konferencia kiadványa Veszprém, 1992. 68-84. o.
3. Technológiaorientált versenysztratégiák egy válságrégió vállalkozásainál
MicroCad 1993. Management Konferencia kiadványa
4. Innovációs marketing, avagy technológiaorientált versenysztratégiák válsághelyzetekben **GÉP XLV. évf. 1993. 1. sz. 3-11. sz.**
5. Marketing Ungarn ' 93.
Münsteraner Führungsgespräche 1993. Dokumentationen der Wissenschaftliche Gessellschaft für Marketing und Unternehmensführung e. V. 1993. 18-27. o.
6. Az innovációs marketing követelményei
Marketing XXVII. évf. 1993. 1-2. sz. 17-25. o.
7. Marketing a stagnáló, zsugorodó piacokon
III. Nemzetközi Marketing Konferencia Balatonfüred 1993. 114-122. o.
Marketing XXVII. évf. 1993. 5-6. sz. 272-277. o.

8. Chancen und Risiken auf dem ungarischen Markt
Schmalenbach Symposium 1994. április 26.
in: **Marketingentwicklung in Osteuropa** vg.Schmalenbach Gesellschaft 1994. s. 40-46. o.
9. Kell-e nekünk High-Tech Marketing
MicroCad Management Konferencia 1995. 57-66. oldal
10. Marketingtendenzen in Ungarn
University of Miskolc, Bulletin Series F., Economic Sciences volume 1. Miskolc, 1994. 43-49.
11. High-tech marketing, egy új szemlélet megjelenése
Marketing Tanulmányok 1. 1995. Miskolc, 111-134.o.
12. Új szemlélet a marketingben? Kompetencia-marketing a high-tech piacokon
Magyar Marketing Műhelyek tudományos konferencia tanulmánykötete Balatonfüred, 1995. 68-78.
13. Wandel von Marketingkultur bei den ungarischen Unternehmen
Wandel von Unternehmenskultur in Ost-Europa II. Chemnitzer Ostforum 1995. s. 89-96.
14. Ipari vállalatok marketingkommunikációja
Magyar Marketing Műhelyek Második Kerekasztal Konferenciáján elhangzott előadások tanulmánykötete 143-151. oldal
15. Tudatos régiómarketing és hatása a helyi vállalkozásokra
Marketing Tanulmányok 2. Miskolc, 4-17.o.
16. Ipari vállalatok marketingkommunikációja
Marketing & Menedzsment XXX.évf. 1996. 5.sz. 73-78.o.
17. Településfejlesztés és városmarketing – cél – stratégia – eszközök dimenziói
Magyar Marketing Műhelyek Harmadik Kerekasztal Konferenciáján elhangzott előadások Keszthely, 1997. június 4-6. - tanulmánykötete 86-96. oldal
18. Régió- és településmarketing – célok – stratégiák és eszközök összhangja
„Elméleti és gyakorlati kihívások az ezredforduló gazdaságában” – Jubileumi konferencia. Miskolc, 1997. június 12-13. tanulmánykötete 325-334. oldal
19. A „területmarketing” tartalma és modelljei
Marketing Szimpózium Miskolc, 1997. december 3. Marketing tanulmányok 3. 57-74. o.
20. A „hely-marketing” célrendszere és stratégiai dimenziói
Magyar Marketing Műhelyek IV. Kerekasztal Konferenciáján elhangzott előadások tanulmánykötete Keszthely, 1998. június 3-5.
21. Turisztikai vonzerőleltár- tapasztalatok és eredmények az észak-magyarországi régió példáján
Turizmus Bulletin II. évfolyam 1998. 2. sz. 17-23.
22. Öko-marketing – a lakosság környezettudatosságának helyzete egy kutatás tapasztalatai alapján (tsz. Nagy Szabolcs)
In. Hagyomány és megújulás a magyar marketingoktatásban 1998. Pécs 118-130. oldal
23. A marketingkommunikáció fejlődésének nemzetközi és hazai tendenciái
Marketing Szimpózium Miskolc, 1998. december 8. in. Marketing tanulmányok 4.
24. Marketing és PR tevékenység a felsőoktatásban – elmélet és gyakorlat egy egyetemi példán
Magyar Marketing Műhelyek V. Kerekasztal Konferenciája Keszthely, 1999. június 2-4. Tanulmánykötete
25. A kereskedelem fejlődésének meghatározó tendenciái – lehetséges forgatókönyvek és szükséges lépések Borsod-Abaúj-Zemplén megyében – **Marketing Szimpózium 1999. december 9.In. Marketing Tanulmányok 5. Miskolc 66-89. oldal**

26. Marketing-realizálás – Még mindig a gyenge pont?
Magyar Marketing Műhelyek Hatodik VI. Kerekasztal Konferenciája, 2000. Keszthely – konferenciakötet 232-242. oldal
27. Marketing megvalósítás
Marketing & Menedzsment 2000. 4. szám
28. A b2b marketing fejlődése, kapcsolati marketing és/vagy CRM
Marketing Szimpózium 2000. december 14. Marketing Tanulmányok 6.
29. A totális marketing víziója
CEO – 2001. 2. szám 28-35. oldal
30. Coopetition – kooperációs kényszer és nehézségek a kis- és középvállalkozások stratégiáiban Magyar Marketing Műhelyek Hatodik VII. Kerekasztal Konferenciája, 2001. Keszthely konferenciakötet 150-156. oldal
31. Új paradigmák a marketingben? In. Tudásalapú társadalom – nemzetközi konferencia Miskolc-Lillafüred 2001.05.21-22. Tanulmánykötet 236-247. oldal
32. Regional and Settlement Marketing
Business Studies, Vol.1. (2000) pp. 139-160
33. A kis- és középvállalkozási támogató politika nemzetközi gyakorlata és hazai elvárások
Marketing Szimpózium 2001. december 6. In. Marketing Tanulmányok 7. Miskolc 80-94. oldal
34. Kis- és középvállalkozási támogató politikai nemzetközi gyakorlata és hazai elvárások
Marketing Szimpózium 2001. december 6. In. Marketing Tanulmányok 7. Miskolc 95-112. oldal
35. Múzeumi marketing. Stratégiai és operatív marketing módszerek és technikák a múzeumok számára Marketing Szimpózium 2001. december 6. In. Marketing Tanulmányok 7. Miskolc 113-139. oldal
36. Kategóriamenedzsment és kérdőjelek
Marketing Szimpózium 2001. december 6. In. Marketing Tanulmányok 7. Miskolc 140-147. oldal
37. Település – Területi Marketing
Közművelődés a településfejlesztésben- Közművelődési Szakmai Napok 2001. Székesfehérvár 60-69. old.
38. A területi identitás marketingorientált modellje a kistérségek fejlesztése példáján Magyar Marketing Műhelyek VIII. Konferenciája, 2002. Keszthely konferenciakötet 191-202. oldal
39. Marketingstratégia – elvetve vagy integrálva – elméleti és gyakorlati problémák a marketingben - Magyar Marketing Műhelyek VIII. Konferenciája, 2002. Keszthely konferenciakötet 203-214. oldal
40. Kategóriamenedzsment Magyarországon – egy primer kutatás eredményei (Az OTKA T035113 témaszámú projekt keretében)
Magyar Marketing Műhelyek VIII. Konferenciája, 2002. Keszthely konferenciakötet 215-226. oldal
41. Múzeumi marketing- szemlélet, stratégia, eszköz
Országos Múzeumi Közművelődési Konferencia 2002. Esztergom 85-97. oldal
42. Optimalizálás és innováció – az értékesítés sikertényezői változó piaci viszonyok mellett, különös tekintettel a businesstobusiness termékekre - Marketing Studies 8. Miskolc,60-102.

43. Vevőértéke, avagy a komplex ügyfélkör-analízis haszna
Magyar Marketing Műhelyek IX. Konferenciája
2003. Keszthely 220-236. old
44. A márkák varázsa
CEO Magazin – 2003/ 5.
45. Múzeumi marketing – A múzeumok integrálása a turizmus rendszerébe
Magyar Múzeumok 2003/ 2. 33-36. old.
46. Elektronikus piacok realitása
Technológia és gazdaság felsőfokon 2004/1
47. Marketing elmélet a gyakorlatban- **MTA Marketing Bizottság Konferenciája- 2004. Budapest**
48. Kooperatív turizmus marketing – **Konferencia a Tisza-tó térségének fejlesztési lehetőségeiről – 2004. Tiszaroff**
49. Régió- és településmarketing gyakorlatából
Innovatív marketing-szimbiózis - kooperatív közösségi és vállalkozói
turizmusmarketing- **I. Soproni Nemzetközi Turizmus Marketing Konferencia 2004. Sopron**
50. Modern marketing a nélkülözhetetlen – **Marketing Szimpózium 2004. Miskolc**
51. Marketing a területfejlesztésben - kompetenciaalapú megközelítés
– **Marketing Szimpózium 2004. Miskolc**
52. Marketing és innováció – **Marketing Szimpózium 2004. Miskolc**
53. Térség- és településmarketing lehetőségei- módszerei – **Településmarketing Konferencia 2005. Dunaújváros**
54. Competence-Based View in the Marketing Theory – **TMP 2005.**
55. Innováció marketing – **Marketing Oktatók Klubjának Konferenciája 2005.08.25-26. Győr**
56. Közösségi innovációmarketing - Vállalkozások lehetőségei a tudásalapú gazdaságfejlesztésben **Magyar Marketing Szövetség Konferenciája, Szeged, 2006. május**
57. A marketingtudomány és szakma változásai in. **Marketingkaleidoszkóp ME 2006. 21-38.o**
58. Innovációmarketing– marketinginnovációk in. **Marketingkaleidoszkóp ME 2006.39-72.o**
59. Vásárlói lojalitás, üzletimázs a kiskereskedelemben in. **Marketingkaleidoszkóp 75-90.o.**
60. Kategóriamenedzsment (társszerző: **Schupler Helmuth**) in. **Marketingkaleidoszkóp ME 2006. 91-116.o.**
61. Fogyasztói magatartás a funkcionális élelmiszerek piacán (társszerző: **Nagy Szabolcs-Kovács Attila Tamás**) in. **Marketingkaleidoszkóp ME 2006. 117-126.o.**
62. A business marketing elméleti alapjai - in. **Marketingkaleidoszkóp ME 2006. 199-218.o.**
63. Kis- és középvállalkozások beszállító-képességvizsgálata és fejlesztésének lehetőségei (társszerző: **Schupler Helmuth**) in. **Marketingkaleidoszkóp ME 2006. 219-262.o.**
64. Az értékesítési szervezet hatékonyságának javítása - a sales managerek értékelési és motiválási módszerei (társszerző: **Bárkányi Péter – Havriló Attila**) in. **Marketingkaleidoszkóp ME 2006. 277-288.o.**
65. Közösségi innovációs marketing – a tudásalapú (innováció-orientált) terület- és gazdaságfejlesztésben - in. **Marketingkaleidoszkóp ME 2006. 321-344.o.**
66. Turizmusmarketing - stratégia és desztináció-menedzsment - in. **Marketingkaleidoszkóp ME 2006. 344-376.o.**

67. Múzeumi marketing - stratégiai és operatív marketing módszerek és technikák a múzeumok számára (társszerző: Némedi Varga Zoltán – Nagy Zsuzsanna – Richwalszki Éva) in. *Marketingkaleidoszkóp ME 2006.* 377-404.o.
68. Interaktív marketing (társszerző: Marien Anita-Bereczkiné Farkas Erzsébet) in. *Marketingkaleidoszkóp ME 2006.* 535-550.o.
69. A vevő értéke, avagy az ügyfélkör-elemzés haszna és módszertana (társszerző: Havriló Attila – Bárkányi Péter)- in. *Marketingkaleidoszkóp ME 2006.* 551-574.o.
70. A vevőorientáció mítosza és marketingvalósága *Harward Business Manager 2007.* 9.sz.
71. Régiók pozícionálása – kooperatív desztinációmárketing - *Turizmus és Profit 2007 - szakmai konferencia Budapest 2007.* március 1.
72. Marketingkontrolling – marketing akciók hatékonyságmérése – in. *Marketing 2027. Jövőre hangolva – 17. Országos Marketing Konferencia – Magyar marketing Szövetség 2007.* május 8-9.
73. Innováció a funkcionális élelmiszerek területén (tsz. Dr. Nagy Szabolcs) in. VI. Nemzetközi Konferencia A közgazdász képzés megkezdésének 20. évfordulója alkalmából, Miskolc Lillafüred, 2007. október 10-11. 201-212. o.
74. Values and Environmentally Conscious Behaviour (ECB) in Hungary – (tsz: Nagy Szabolcs) 6th International Congress on Public and Nonprofit Marketing Braga 2007. június 14-15. Portugália
75. Competence-based view in place marketing (tsz. Nagy Szabolcs) Academy of Marketing Conference 2007. Egham, UK. Július 3-6.
76. Ügyfélérték-növelés innovatív marketing-megoldásokkal Magyar Tudományos Akadémia Marketingtudományi Bizottság Konferenciája 2007. November 13
77. Az innovációmárketing lehetőségei, gyakorlati megoldásai - MMSZ Marketing Oktatók Klubja Konferenciája – 2007. augusztus 30-31. Gyöngyös
78. Innováció a funkcionális élelmiszerek területén (tsz.Nagy Szabolcs)– MMSZ Marketing Oktatók Klubja Konferenciája – 2007. augusztus 30-31. Gyöngyös
79. Consumer behaviour on the market of functional food – (tsz. Nagy Szabolcs, Kovács Attila Tamás) Varna University of Economics – Conference on Organizational Challenges 2007. szeptember 19-20.
80. Vevőorientáció és vevőértékmenedzsment a marketingben - ME-GTK VI. Nemzetközi Konferencia 2007. október 10-11.Miskolc-Lillafüred
81. Marketinginnovációk – innovációmárketing - a Marketing Intézet szakmai törekvései, eredményei a kar húsz évében - ME-GTK VI. Nemzetközi Konferencia 2007. október 10-11. Miskolc-Lillafüred
82. Innováció a funkcionális élelmiszerek területén (tsz.Nagy Szabolcs)– - ME-GTK VI. Nemzetközi Konferencia 2007. október 10-11.Miskolc-Lillafüred
83. Az innovációmárketing lehetőségei, gyakorlati megoldásai *Marketing+Menedzsment 2007.* 4-5 sz. 32-40.oldal
84. „Innovációmárketing – marketinginnováció” Innovációmenedzsment Kooperációs Kutatóközpont Záró-konferenciája Miskolc,2007. november 29.
85. Marketinginnovációk – innovációmárketing – p. 154 *ImKKK- Miskolc 2007.* Innovációmenedzsment kutatás és gyakorlat sorozat önálló kiadványa
86. Elégedettség- és értékorientált ügyfélmenedzsment-modell keretei in. *Marketingkaleidoszkóp 2008 Miskolc* 11-37. oldal
87. A felsőoktatás marketing szemlélete és modelljei in. *Marketingkaleidoszkóp 2008 Miskolc* 105-123. oldal

88. Identity and Image in the City Marketing (tsz.Dr. Szabolcs Nagy) in.: AIMPN 7th International Congress on Public and Non Profit Marketing, Szeged, June 12-13, 2008.
89. The myth and reality of customer orientation (tsz.Dr. Szabolcs Nagy) 2nd International Scientific Conference, Marketing Theory Challenges in Transitional Societies, Zagreb, Croatia, 26th - 27th September, 2008
90. A New Customer Satisfaction Management Model (tsz.Dr. Szabolcs Nagy) 14th International Scientific Conference „Economics and Management – 2009“, Kaunas, Lithuania, 23-24 April, 2009
91. Integrált kommunikáció elmélete és alkalmazásai in. "Tudásalapú társadalom - Tudásteremtés - Tudástranszfer - Értékváltás" tudományos konferencia, Miskolc 2009. május 19-20. 34.-43.o.
92. Functional food marketing in Hungary (tsz. Dr. Szabolcs Nagy) in.: IAPNM09, (8th International Congress of the International Association on Public and Non-Profit Marketing, Valencia, Spain, June 17-19, 2009), p. 88, ISBN 978-84-692-3179-1,
93. Integrált kommunikáció rendszere és megoldásai – in. Marketing Oktatók 15. konferenciája Kaposvár 2009. augusztus 25-26. 302-310.o.