

IV. MARKETING SZEKCIÓ

Helye: Marketing Intézet Könyvtára, A/1 ép. I. em.

Ideje: 2004. november 24. (szerda) 11:00 óra

1. **Bakos Barbara** GT-302 - **Almási Gergely** GT-404/a
A jövő nagy lehetősége, hova tart a direkt marketing?
Konzulens: Bárkányi Péter, egyetemi adjunktus
Nemzetközi Marketing Tanszék
2. **Eperjessy Péter** GT-402/a
Sportpreferenciák Miskolcon
Konzulens: Szántó Ákos, egyetemi adjunktus
Marketing Stratégia és Kommunikáció Tanszék
3. **Havriló Attila** GT-502/b
A tokaji bor lehetőségei Magyarország Európai Unióhoz való csatlakozása után
Konzulens: Bereczki Norbert, egyetemi tanársegéd
Nemzetközi Marketing Tanszék
4. **Hódosi Lajos** GT-502/a - **Molnár László** GT-502/a
A Manpower Munkaerő-Szervezési Kft. észak-kelet magyarországi terjeszkedési stratégiájának megalapozása
Konzulens: Dr. Bernáth Attila egyetemi adjunktus
Marketing Stratégia és Kommunikáció Tanszék
5. **Ispán Zsuzsanna** GT-502/b
Pályázati tervezési folyamat segítése az SPSS felhasználásával
Konzulens: Dr. Bernáth Attila, egyetemi adjunktus
Marketing Stratégia és Kommunikáció Tanszék
6. **Kósa Ágnes** GT-502/a
A Volkswagen GOLF 5 bevezetésének értékelése és elemzése a fogyasztói preferenciák tükrében
Konzulens: Schupler Helmuth, egyetemi adjunktus
Marketing Stratégia és Kommunikáció Tanszék
Kazai Róbert Porsche Hungaria Kft.
7. **Lévai Zsuzsanna** GT-301- **Karsza Beáta** GT-301
Reklám az egész „világ”?, avagy kinek szól ma a reklám Magyarországon
Konzulens: Bárkányi Péter, egyetemi adjunktus
Nemzetközi Marketing Tanszék