

V. MARKETING SZEKCIÓ

Helye: Marketing Intézet könyvtára, A/1 épület I. em.

Ideje: 2005. november 30. (szerda) 11,00

1. **Almási Gergely** GT-502/a
A Magyar Honvédség marketing tevékenysége, további lehetőségek az angolszász gyakorlat tekintetében
Konzulens: Dr. Dankó László, tanszékvezető egyetemi docens
Nemzetközi Marketing Tanszék
2. **Bántó Róbert Bálint** GT-402/b
Ásványvíz fogyasztási szokások és márkákkal kapcsolatos attitűdök vizsgálata az egyetemista hallgatók körében
Konzulens: Nagy Szabolcs, egyetemi adjunktus
Marketing Stratégiai és Kommunikációs Tanszék
3. **Galuska Katalin** GT-502/b
Borsod-Abaúj-Zemplén megye turisztikai marketingjének elemzése marketingkommunikációs eszközei tükrében
Konzulens: Dr. Piskóti István, tanszékvezető, egyetemi docens
Marketing Stratégiai és Kommunikációs Tanszék
4. **Karsza Beáta** GT-402/a
Lévai Zsuzsanna GT-402/a
„Gondolkodom, tehát vagyok, gondoskodom, tehát leszek”- avagy az öngondoskodás megvalósításának lehetőségei az Allianz Hungária Biztosító Rt. és a CIB Bank Rt. szolgáltatásain keresztül
Konzulens: Bárkányi Péter, egyetemi adjunktus
Nemzetközi Marketing Tanszék
5. **Kőhalmi Georgina** G-4MM
Az édességgyártó vállalatok gyermekekre irányuló marketing kommunikációs eszköze: a TV reklám
Konzulens: Gulyásné Kerekes Rita, egyetemi tanársegéd
Marketing Stratégiai és Kommunikációs Tanszék
6. **Pogáts Zsuzsa** GT-308
Venni vagy nem venni?, avagy hogyan lehetne javítani a hazai on-line vásárlás helyzetén
Konzulens: Schupler Helmuth, egyetemi adjunktus
Marketing Stratégiai és Kommunikációs Tanszék