|  |  |
| --- | --- |
| Név | 2016 publikációi a [www.mtmt.hu](http://www.mtmt.hu) szerint |
| könyv |  | folyóiratcikk,  |  |
| [Bauer András](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=8825)  | Bauer András, Berács JózsefMarketing Budapest: Akadémiai Kiadó, 2016. 361 p.(Marketing szakkönyvtár)(ISBN:[9789630597739](http://www.isbnsearch.org/isbn/9789630597739)) |  | Bauer András, Mitev ArielAz értékesítővé válás folyamataVEZETÉSTUDOMÁNY 47:(3) pp. 23-35. (2016) |  |
|  | Bauer András, Kolos Krisztina (szerk.) MárkamenedzsmentBudapest: Akadémiai Kiadó, 2016. 300 p.(ISBN:[978 963 05 9744 9](http://www.isbnsearch.org/isbn/9789630597449)) |  |  |  |
| [Berács József](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=13028)  | Bauer András, Berács JózsefMarketingBudapest: Akadémiai Kiadó, 2016. 361 p.(Marketing szakkönyvtár)(ISBN:[9789630597739](http://www.isbnsearch.org/isbn/9789630597739)) |  |  |  |
| [Bíró-Szigeti Szilvia](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=31281)  |  |  | Bíró-Szigeti Sz, Vágási MStakeholder Relationship of Household Investments into Residential Building Energy Saving Projects – Modelling Approach of the Hungarian CaseARGUMENTA OECONOMICA 37:(2) pp. 147-168. (2016) |  |
| [Deli-Gray Zsuzsa](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=17185)  |  |  | Deli-Gray Zs, Pinto M-P, McLaughlin C, Szilas RPerception of young children of the ideal shopping experienceINTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL AND DISTRIBUTION MANAGEMENT 44:(10) pp. 996-1012. (2016) |  |
|  |  |  | Deli-Gray Zs, Árva LAppearance and Existence of Postmodernity in Tourism: The Case of HungaryINTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS INSIGHTS AND TRANSFORMATION 9:(1) pp. 8-13. (2016) |  |
| [Dernóczy Adrienn](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=18783)  |  |  | Keller Veronika, Dernóczy-Polyák Adrienn, Ercsey IdaEvési magatartás vizsgálata a DEBQ skála alapján, avagy mi áll az evés mögött?: Nemek és generációkTÉR-GAZDASÁG-EMBER 4:(3) pp. 63-84. (2016) |  |
|  |  |  | Keller Veronika, Dernóczy-Polyák Adrienn, Ercsey IdaA háromfaktoros evési kérdőív alkalmazási lehetőségei a marketingkutatásban - nem és generációk közötti eltérésekTÁPLÁLKOZÁSMARKETING 3:(1) pp. 3-20. (2016) |  |
| [Dinya László](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=8828)  |  |  | Dinya LászlóFenntartható kistérség fejlesztési kihívásokA FALU XXXI.:(2.) pp. 5-20. (2016) |  |
|  |  |  | Sándor Némethy, Bosse Lagerqvist, Bartlomiej Walas, Dinya László, Bujdosó ZoltánOenotourism and conservation: a holistic approach to special interest tourism from a cultural heritage perspective – the Azienda Agricola ModelECOCYCLES 2:(1) pp. 9-17. (2016) |  |
| [Ercsey Ida](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=21363)  |  |  | Ercsey IdaThe Examination of the Corporate Governance System at Supplier Companies: Empirical Evidence from Hungarian Automotive IndustryJOURNAL OF COMPETITIVENESS 8:(2) pp. 70-86. (2016) |  |
|  |  |  | Ida ErcseyCustomer Participation: Mandatory or Voluntary Behaviour?THEORY METHODOLOGY PRACTICE: CLUB OF ECONOMICS IN MISKOLC 12:(01) pp. 27-36. (2016) |  |
|  |  |  | Keller Veronika, Dernóczy-Polyák Adrienn, Ercsey IdaA háromfaktoros evési kérdőív alkalmazási lehetőségei a marketingkutatásban - nem és generációk közötti eltérésekTÁPLÁLKOZÁSMARKETING 3:(1) pp. 3-20. (2016) |  |
|  |  |  | Keller Veronika, Dernóczy-Polyák Adrienn, Ercsey IdaEvési magatartás vizsgálata a DEBQ skála alapján, avagy mi áll az evés mögött?: Nemek és generációkTÉR-GAZDASÁG-EMBER 4:(3) pp. 63-84. (2016) |  |
| [Gyarmatiné Bányai Edit](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=17680)  |  |  | Balogh Gábor, Farkas Ferencné, Gyarmatiné Bányai Edit A hallgatói aktivitás fokozása és mérése a PTE KTK tehetségbank rendszerévelMARKETING ÉS MENEDZSMENT 50:(3) pp. 1-19. (2016) |  |
|  |  |  | Bányai EditThe integration of social media into corporate processesSOCIETY AND ECONOMY 38:(2) pp. 239-259. (2016) |  |
| [Gyulavári Tamás](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=22740)  | Keszey Tamara, Gyulavári TamásMarketingtervezésBudapest: Akadémiai Kiadó, 2016. 197 p.(ISBN:[9789630598217](http://www.isbnsearch.org/isbn/9789630598217)) |  | Dörnyei Krisztina Rita, Gyulavári TamásWhy do not you read the label? An integrated framework of consumer label information search INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES 40:(1) pp. 92-100. (2016) |  |
|  |  |  | Malota Erzsébet, Gyulavári TamásCountry Image in Relation to International Student Mobility: General Framework ProposedINTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS INSIGHTS AND TRANSFORMATION 9:(1) pp. 14-27. (2016) |  |
| Hajdú Noémi |  |  | Hajdú Noémi, Lipták KatalinComparison of the Tourism Potential of Baltic Countries and Hungary REGIONAL FORMATION AND DEVELOPMENT STUDIES 19:(2) pp. 68-80. (2016) |  |
|  |  |  | Hajdú Noémi A marketing controlling feladat es eszköztára CONTROLLER INFO 4:(2) pp. 2-13. (2016) |  |
|  |  |  | Hajdú NoémiA marketing controlling rendszerszemlelete CONTROLLER INFO 4:(3) pp. 15-22. (2016) |  |
| [Hetesi Erzsébet](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=17576)  |  |  | Hetesi ErzsébetA személyes találkozások szerepe a szervezetek közötti kapcsolatokban A VIRTUÁLIS INTÉZET KÖZÉP-EURÓPA KUTATÁSÁRA (VIKEK) ÉVKÖNYVE VIII:(1) pp. 78-92. (2016) |  |
|  |  |  | Hetesi ErzsébetDo I See My Partner Differently in Case of a Trouble?INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS INSIGHTS AND TRANSFORMATION 9:(1) pp. 35-42. (2016) |  |
|  |  |  | Prónay Szabolcs, Hetesi ErzsébetSYMBOLIC CONSUMPTION IN THE CASE OF BRAND COMMUNITIESSOCIETY AND ECONOMY 38:(1) pp. 87-102. (2016) |  |
|  |  |  | Vilmányi M, Hetesi EThe effect of dynamic relationship capabilities on B2B loyalty THEORY METHODOLOGY PRACTICE: CLUB OF ECONOMICS IN MISKOLC 12:(1) pp. 79-88. (2016) |  |
| [Hofmeister Tóth Ágnes](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=12590)  |  |  | Hofmeister-Tóth ÁgnesFogyasztói értékek, trendek és magatartás: Korreferátum Törőcsik Mária: A fogyasztói magatartás új tendenciái című tanulmányához VEZETÉSTUDOMÁNY 47:(4) pp. 26-29. (2016) |  |
|  |  |  | Hofmeister-Tóth Ágnes, Kopfer-Rácz Kinga, Zoltayné Paprika ZitaA magyar vállalkozók személyiségjegyei és azok kapcsolata a vezetői stílussal és a piacorientációvalVEZETÉSTUDOMÁNY 47:(7) pp. 41-53. (2016) |  |
| [Horváth Dóra](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=21288)  |  |  | Cosovan Attila, Horváth DóraEmóció-Ráció: Tervezés-Vezetés: DesignkommunikációVEZETÉSTUDOMÁNY 47:(3) pp. 36-45. (2016) |  |
|  |  |  | Horváth Dóra, Mitev ArielÉrtékesek-e a mémek? Internetes mémérték a felhasználók véleményén keresztül MARKETING ÉS MENEDZSMENT 50:(1) pp. 25-35. (2016) |  |
|  |  |  | Horváth Dóra, Mitev ArielÁllatok a maszk mögött: Online fogyasztói vélemények állat-metaforákon keresztülhttps://vm.mtmt.hu/megjelenes/oa_circle.png JEL-KÉP: KOMMUNIKÁCIÓ KÖZVÉLEMÉNY MÉDIA (4) pp. 85-103. (2016) |  |
|  |  |  | Mitev Ariel, Horváth DóraInternetes mémek a fogyasztók képtárában: Egy kiállítás mémeiJEL-KÉP: KOMMUNIKÁCIÓ KÖZVÉLEMÉNY MÉDIA (2) pp. 21-35. (2016) |  |
| [Józsa László](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=12530)  |  |  | Árpád Brányi, László JózsaThe Influence of Social Capital on Pricing Policy: A Case for Cooperation among Hungarian Wineries INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS INSIGHTS AND TRANSFORMATION 9: pp. 52-59. (2016) |  |
|  |  |  | Brányi Ápád, Józsa LászlóA társadalmi tőke egyes elemeinek hatása együttműködő dunántúli borászati vállalatok termékpolitikájára MARKETING ÉS MENEDZSMENT 50:(2) pp. 31-44. (2016) |  |
|  |  |  | Józsa László Nemzetközi marketing az átalakuló világbanVEZETÉSTUDOMÁNY 47:(4) pp. 15-18. (2016) |  |
| [Kandikó József](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=7254)  |  |  | Kandikó József, Bertáné Dr. Varga JuditEgy sikeres program a külhoni magyar értelmiség erősítéséért A Collegium Talentum öt évePOLGÁRI SZEMLE: GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI FOLYÓIRAT Vol. 12.:(No. 1-3.) pp. 58-71. (2016) |  |
| [Kenesei Zsófia](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=15921)  |  |  | Neulinger Ágnes, Kenesei ZsófiaVásárlási szokások a családi életciklusokban: a vasárnapi zárva tartás befolyása a családi vásárlásokra CORVINUS MARKETING TANULMÁNYOK 1: pp. 1-27. (2016) |  |
|  |  |  | Gelei Andrea, Kenesei ZsófiaThe Effect of Relation-Specific Investments in the Supply Chain Triad on Innovation PerformanceMANAGEMENT (SLOVENIA) 11:(2) pp. 123-138. (2016) |  |
|  |  |  | Kenesei Zsófia, Kolos KrisztinaAz érzelmek és az észlelt kontroll szerepe a vállalati panaszkezelés során VEZETÉSTUDOMÁNY 47:(9) pp. 15-25. (2016) |  |
|  |  |  | Kenesei Zsófia, Szilvai ZsoltMennyibe kerül egy szolgáltatási hiba? A fogyasztók által elvárt kompenzáció nagyságának vizsgálata MARKETING ÉS MENEDZSMENT 50:(2) pp. 19-30. (2016) |  |
| [Keszey Tamara](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=17763)  | Keszey Tamara, Gyulavári TamásMarketingtervezésBudapest: Akadémiai Kiadó, 2016. 197 p.(ISBN:[9789630598217](http://www.isbnsearch.org/isbn/9789630598217)) |  |  |  |
|  |  |  | Keszey Tamara, Wim BiemansSales-marketing encroachment effects on innovationJOURNAL OF BUSINESS RESEARCH 69:(9) pp. 3698-3706. (2016) |  |
|  |  |  | Keszey Tamara, Katona ÁdámAz információrendszerek sikere a magyar nagyvállalatoknál – A marketingmenedzser perspektívájaVEZETÉSTUDOMÁNY 48:(12) pp. 83-96. (2016) |  |
| [Kollár Csaba](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=18746)  |  |  | Gombos Norbert, Kollár Csaba, Vinárné Bellász ZsuzsannaPillanatképek a közép- és a felsőfokú budai tanítóképző életéből ACTA ACADEMIAE BEREGSASIENSIS XV.:(1.) pp. 143-160. (2016)(ISBN [978-617-7404-21-6](http://www.isbnsearch.org/isbn/9786177404216)) |  |
|  |  |  | Kollár Csaba, Poór JózsefFOGLALKOZTATÁS - ATIPIKUS FOGLALKOZTATÁS MAGYAR ÉS SZLOVÁK VÁLLALATOKNÁL LONGITUDINÁLIS VIZSGÁLATOK TÜKRÉBEN SELYE E-STUDIES 1: pp. 1-16. (2016) |  |
|  |  |  | Kollár Csaba Információbiztonság és jótékonyság: Szeretet-nyelveken át a nemzeti összboldogságigJÓTÉKONYSÁG 5:(2) p. 7. (2016) |  |
|  |  |  | Kollár csabaAz információbiztonság-tudatosság fejlesztése a (felső)vezetők körébenMAGYAR COACHSZEMLE: AZ ELSŐ MAGYAR ONLINE COACHING FOLYÓIRAT 2016:(3) pp. 35-49. (2016) |  |
|  |  |  | Kollár CsabaWhaling - children in the net of psychological manipulatorsBETTER INTERNET FOR KIDS (BIK) BULLETIN 2016: Paper 28/06. (2016) |  |
|  |  |  | Kollár CsabaAz információbiztonság időszerű kérdései: Az európai Z generáció oktatása a digitális korbanMAGISZTER (CSÍKSZEREDA) (2016/3) pp. 14-27. (2016) |  |
|  |  |  | Kollár Csaba, Gombos Norbert, Vinárné Bellász ZsuzsannaAz információs gazdaság és az információbiztonság. Az információs társadalom egyik lehetséges megközelítéseACTA ACADEMIAE BEREGSASIENSIS XV.:(1.) pp. 225-231. (2016)(ISBN [978-617-7404-21-6](http://www.isbnsearch.org/isbn/9786177404216)) |  |
|  |  |  | Kollár CsabaA kultúra értelmezésétől az információbiztonságigÁTJÁRÓ: INTERDISZCIPLINÁRIS FOLYÓIRAT 6: pp. 11-38. (2016) |  |
|  |  |  | Kollár CsabaSzerethetők-e a robotok: Az ember-robot interakció humán oldalának teoretikus aspektusaHADTUDOMÁNY: A MAGYAR HADTUDOMÁNYI TÁRSASÁG FOLYÓIRATA 26:(különszám) pp. 142-154. (2016) |  |
|  |  |  | Zsuzsanna Vinár-Bellász, Norbert Gombos, Csaba KollárRegional and settlement marketing in HungaryACTA ACADEMIAE BEREGSASIENSIS XV.:(1.) pp. 221-224. (2016)(ISBN [978-617-7404-21-6](http://www.isbnsearch.org/isbn/9786177404216)) |  |
| [Kolos Krisztina](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=17522)  | Bauer András, Kolos Krisztina (szerk.)MárkamenedzsmentBudapest: Akadémiai Kiadó, 2016. 300 p.(ISBN:[978 963 05 9744 9](http://www.isbnsearch.org/isbn/9789630597449)) |  |  |  |
|  |  |  | Kenesei Zsófia, Kolos KrisztinaAz érzelmek és az észlelt kontroll szerepe a vállalati panaszkezelés soránVEZETÉSTUDOMÁNY 47:(9) pp. 15-25. (2016) |  |
|  |  |  | Somosi Ágnes, Kolos KrisztinaDoes Service Elimination Make Customers Less Satisfied?SEFBIS JOURNAL 10: pp. 49-53. (2016) |  |
| [Malota Erzsébet](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=17762)  |  |  | Malota Erzsébet, Gyulavári TamásCountry Image in Relation to International Student Mobility: General Framework ProposedINTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS INSIGHTS AND TRANSFORMATION 9:(1) pp. 14-27. (2016) |  |
| [Mandják Tibor](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=17764)  |  |  | Lavissière Alexandre, Mandják, Tibor, Fedi, LaurentThe key role of infrastructure in backshoring operations: the case of free zonesSUPPLY CHAIN FORUM: INTERNATIONAL JOURNAL 17:(3) pp. 143-155. (2016) |  |
|  |  |  | Mandják TiborBusiness marketing - szervezetközi megközelítésbenVEZETÉSTUDOMÁNY 47:(4) pp. 45-49. (2016) |  |
|  |  |  | Mandják Tibor, Szalkai Zsuzsanna, Naumann-Bódi Edit, Magyar Mária, Simon JuditTrigger issues in emerging relationshipsINDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT 58:(October) pp. 137-147. (2016) |  |
|  |  |  | Mandják Tibor, Simon Judit"An old picture ... or is it? The relations between business and political networks in Hungary "THE IMP JOURNAL 10:(3) pp. 483-511. (2016) |  |
| [Mitev Ariel Zoltán](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=21287)  |  |  | Mitev Ariel, Neulinger ÁgnesSikeres és sikertelen rítustipológia a családi rítusok elemzésén keresztülVEZETÉSTUDOMÁNY 47:(7) pp. 29-40. (2016) |  |
|  |  |  | Bauer András, Mitev ArielAz értékesítővé válás folyamataVEZETÉSTUDOMÁNY 47:(3) pp. 23-35. (2016) |  |
|  |  |  | Horváth Dóra, Mitev ArielÉrtékesek-e a mémek? Internetes mémérték a felhasználók véleményén keresztülMARKETING ÉS MENEDZSMENT 50:(1) pp. 25-35. (2016) |  |
|  |  |  | Horváth Dóra, Mitev ArielÁllatok a maszk mögött: Online fogyasztói vélemények állat-metaforákon keresztülJEL-KÉP: KOMMUNIKÁCIÓ KÖZVÉLEMÉNY MÉDIA (4) pp. 85-103. (2016) |  |
|  |  |  | Irimiás A, Mitev A, Michalkó GDemographic characteristics influencing religious tourism behaviour : evidence form a Central-Eastern-European countryINTERNATIONAL JOURNAL OF RELIGIOUS TOURISM AND PILGRIMAGE 4:(4) pp. 17-32. (2016) |  |
|  |  |  | Rencz F, Brodszky V, Stalmeier PF, Tamasi B, Karpati S, Pentek M, Baji P, Mitev AZ, Gulacsi LValuation of pemphigus vulgaris and foliaceus health states: a convenience sample experiment.BRITISH JOURNAL OF DERMATOLOGY 175:(3) pp. 593-599. (2016) |  |
| [Molnár László](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=25102)  |  |  | Zoltán Bartha, László MolnárThe SLEM Model as an Assessment Method for Local Goods' CompetitivenessTHEORY METHODOLOGY PRACTICE: CLUB OF ECONOMICS IN MISKOLC 12:(Special Issue) pp. 5-13. (2016) |  |
| [Nagy Szabolcs](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=18027)  |  |  | Szabolcs NagyE-commerce in Hungary: A Market AnalysisTHEORY METHODOLOGY PRACTICE: CLUB OF ECONOMICS IN MISKOLC 12:(02) pp. 25-32. (2016) |  |
| [Nagy-Lányi Beatrix](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=20870)  |  |  | Lányi BeatrixA szabadalmak szerepe az innovatív startupok eseténKÖZÉP-EURÓPAI KÖZLEMÉNYEK IX:(2 (33)) pp. 82-94. (2016) |  |
|  |  |  | Lányi BeatrixThe influence of personality traits of start-up entrepreneurs on the innovative market presence in the medical biotechnology and health care industryMARKETING FROM INFORMATION TO DECISION 9:(1) pp. 21-33. (2016) |  |
| [Neulinger Ágnes](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=21326)  |  |  | Mitev Ariel, Neulinger ÁgnesSikeres és sikertelen rítustipológia a családi rítusok elemzésén keresztül VEZETÉSTUDOMÁNY 47:(7) pp. 29-40. (2016) |  |
|  |  |  | Neulinger Ágnes, Kenesei ZsófiaVásárlási szokások a családi életciklusokban: a vasárnapi zárva tartás befolyása a családi vásárlásokra CORVINUS MARKETING TANULMÁNYOK 1: pp. 1-27. (2016) |  |
|  |  |  | Neulinger Ágnes, Piskóti Marianna A testnevelőtanárok hivatásukkal szembeni attitűdjének megértése az ideális testnevelő képén keresztülSTART 1:(1) pp. 41-56. (2016) |  |
|  |  |  | Neulinger ÁgnesTöbb-módszertanú és vegyes módszertanú kutatásokVEZETÉSTUDOMÁNY 47: pp. 63-66. (2016) |  |
| [Pakainé Kováts Judit](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=14734)  |  |  | Pakainé Kováts Judit, Takáts Alexandra, Csitáriné Máté Szilvia, Bednárik ÉvaSopron Smart City fejlesztésekhez a lakossági környezettudatosság és közös szemléletformáló programok kialakítására végzett kutatás eredményeiE-CONOM 4:(1) pp. 29-36. (2016) |  |
| [Papp-Váry Árpád Ferenc](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=18742)  |  |  | Az országnevek mint márkanevek és szerepük az országmárkázásban: néhány eset a világból TÉR ÉS TÁRSADALOM 30:(1) pp. 79-92. (2016) |  |
|  |  |  | Papp-Váry Árpád FerencReklámőrültekMARKETING AND MÉDIA 21:(1-2) pp. 28-29. (2016) |  |
|  |  |  | Papp-Váry Árpád Ferenc, Novodonszki GergőA márkázott szórakoztatás növekvő szerepe és az integrált termékmegjelenítés szintjei Tom Hanks filmjein keresztülMÉDIAKUTATÓ: MÉDIAELMÉLETI FOLYÓIRAT 16:(1) pp. 7-23. (2016) |  |
|  |  |  | Papp-Váry Árpád Ferenc, Cserényi VeronikaKorhű termékmegjelenítés (historic product placement) a Reklámőrültek című amerikai sorozat tükrébenREKLÁMGAZDASÁG 34:(392-393) pp. 1-10. (2016) |  |
|  |  |  | Papp-Váry Árpád Ferenc, Novodonszki GergőBranded entertainment and integrated product placement in Tom Hanks moviesJOURNAL OF MEDIA RESEARCH 9: pp. 3-23. (2016) |  |
|  |  |  | Papp-Váry Árpád Ferenc, Major KMárkák a vörös szőnyegenMARKETING AND MÉDIA 20:(2) pp. 16-17. (2015) |  |
| [Piskóti István](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=10449)  | Piskóti István, Molnár László Effective innovation and marketing solutions: Theoretical and empirical aspects of innovation marketing Saarbrücken: GlobeEdit, 2016. 209 p.(ISBN:[978-3-639-73460-7](http://www.isbnsearch.org/isbn/9783639734607)) |  | Katalin Nagy, István PiskótiRoute-Based Tourism Product Development as a Tool for Social Innovation: History Valley in the Cserehát RegionTHEORY METHODOLOGY PRACTICE: CLUB OF ECONOMICS IN MISKOLC 12:(Special Issue) pp. 75-86. (2016) |  |
|  |  |  | Piskóti IstvánA business marketing identitása - elméleti, kutatási trendek, az innováció vezérelt modellVEZETÉSTUDOMÁNY XLVII:(április) pp. 35-44. (2016) |  |
| [Prónay Szabolcs](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=25535)  |  |  | Prónay SzabolcsÚj megoldások a fogyasztói magatartás tendenciáinak a vizsgálatáraVEZETÉSTUDOMÁNY XLVII:(április) pp. 30-34. (2016) |  |
|  |  |  | Prónay Szabolcs, Buzás NorbertAz egyetemi technológia transzfer tevékenység marketing kihívásainak feltárása 6P marketing-mix modell alapjánMARKETING ÉS MENEDZSMENT 50:(1) pp. 4-13. (2016) |  |
|  |  |  | Huszár Sándor, Prónay Szabolcs, Buzás NorbertExamining the differences between the motivations of traditional and entrepreneurial scientistsJOURNAL OF INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP 5:(1) pp. 1-22. (2016) |  |
|  |  |  | Prónay Szabolcs, Hetesi ErzsébetSYMBOLIC CONSUMPTION IN THE CASE OF BRAND COMMUNITIESSOCIETY AND ECONOMY 38:(1) pp. 87-102. (2016) |  |
| [Rekettye Gábor](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=8671)  |  |  | Kékes Ede, Rekettye GáborÉletminőség: Az egészség megítélése. Európai összehasonlítás HYPERTONIA ÉS NEPHROLOGIA 20:(5) pp. 219-225. (2016) |  |
|  |  |  | Rekettye GáborA HATALMI ÁTALAKULÁS GLOBÁLIS MEGATRENDJE ÉS A NEMZETKÖZI MARKETINGVEZETÉSTUDOMÁNY 47:(4) pp. 3-10. (2016) |  |
|  |  |  | Rekettye Gábor, Kékes EdeAz életminôség összehasonlító elemzése az európai országokbanHYPERTONIA ÉS NEPHROLOGIA 20:(4) pp. 167-171. (2016) |  |
| [Sasné Grósz Annamária](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=25013)  |  |  | Sasné Grósz Annamária, Szegedi Bernadett Mit gondolnak az egészségügyi dolgozók az EESZT-ről? ORVOSOK LAPJA 2016:(3) pp. 30-31. (2016) |  |
| [Simon Judit](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=15922)  |  |  | Simon JuditKutatás-módszertani trendek a marketingbenVEZETÉSTUDOMÁNY 47:(4) pp. 54-62. (2016) |  |
|  |  |  | Kemény Ildikó, Simon Judit, Nagy Ákos, Szűcs KrisztiánMeasuring quality perception in electronic commerce: a possible segmentation in the Hungarian marketINDUSTRIAL MANAGEMENT & DATA SYSTEMS 116:(9) pp. 1946-1966. (2016) |  |
|  |  |  | Mandják Tibor, Szalkai Zsuzsanna, Naumann-Bódi Edit, Magyar Mária, Simon JuditTrigger issues in emerging relationshipsINDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT 58:(October) pp. 137-147. (2016) |  |
|  |  |  | Mandják Tibor, Simon Judit"An old picture ... or is it? The relations between business and political networks in Hungary "THE IMP JOURNAL 10:(3) pp. 483-511. (2016) |  |
|  |  |  | Nagy Ákos, Szűcs Krisztián, Kemény Ildikó, Simon JuditSZŰKMARKÚAK, SZÓSZÓLÓK, NAGYVONALÚAK, BAJNOKOK?: A magyar online vásárlók ügyfélérték és vélemény-formáló magatartás szerint szegmentálvahttps://vm.mtmt.hu/megjelenes/oa_circle.pngJEL-KÉP: KOMMUNIKÁCIÓ KÖZVÉLEMÉNY MÉDIA (4) pp. 33-50. (2016) |  |
| [Szalkai Zsuzsanna](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=17723)  |  |  | Mandják Tibor, Szalkai Zsuzsanna, Naumann-Bódi Edit, Magyar Mária, Simon JuditTrigger issues in emerging relationshipsINDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT 58:(October) pp. 137-147. (2016) |  |
| [Szántó Ákos](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=24872)  |  |  | Szántó Ákos, Boda EszterAZ EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG ÉS A SPORTACTA ACADEMIAE PAEDAGOGICAE AGRIENSIS NOVA SERIES: SECTIO SPORT XLIII.: pp. 11-21. (2016) |  |
| [Szűcs Krisztián](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=21586)  |  |  | Törőcsik Mária, Szűcs Krisztián, Kehl DánielLifestyle Segments in Generation Z – A New Approach to Identify Groups among YouthINTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS INSIGHTS AND TRANSFORMATION 9:(1) pp. 65-69. (2016) |  |
|  |  |  | Kemény Ildikó, Simon Judit, Nagy Ákos, Szűcs KrisztiánMeasuring quality perception in electronic commerce: a possible segmentation in the Hungarian marketINDUSTRIAL MANAGEMENT & DATA SYSTEMS 116:(9) pp. 1946-1966. (2016) |  |
|  |  |  | Nagy Ákos, Szűcs Krisztián, Kemény Ildikó, Simon JuditSZŰKMARKÚAK, SZÓSZÓLÓK, NAGYVONALÚAK, BAJNOKOK?: A magyar online vásárlók ügyfélérték és vélemény-formáló magatartás szerint szegmentálvahttps://vm.mtmt.hu/megjelenes/oa_circle.pngJEL-KÉP: KOMMUNIKÁCIÓ KÖZVÉLEMÉNY MÉDIA (4) pp. 33-50. (2016) |  |
| [Szűcs Róbert Sándor](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=23971)  |  |  | Barta Bianka, Szűcs Róbert Sándor Reklámozás, szlogen és szuperhősök: A gyermekek meggyőzésének eszközeiTÁPLÁLKOZÁSMARKETING 2:(2) pp. 47-57. (2016) |  |
|  |  |  | Robert Sandor SzucsThe influencing effect of slogans in segment of childrenEUROPEAN SCIENTIFIC JOURNAL 12:(16) pp. 24-36. (2016) |  |
|  |  |  | Szűcs Róbert SándorA fogyasztók életútja a szlogenek világábanTÁPLÁLKOZÁSMARKETING 3:(2) pp. 29-40. (2016) |  |
| [Totth Gedeon](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=12595)  |  |  | Totth GedeonMarketing-együttműködések az agrárgazdaságban és az élelmiszeriparban, közösségi marketing a versenyképesség erősítésében GAZDÁLKODÁS 60:(2) pp. 140-152. (2016) |  |
| [Törőcsik Mária](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=12594)  |  |  | Törőcsik Mária A fogyasztói magatartás új tendenciái VEZETÉSTUDOMÁNY 47:(4) pp. 19-25. (2016) |  |
|  |  |  | Törőcsik Mária A fogyasztói magatartás új tendenciái REKLÁMGAZDASÁG XXXIIII: (szept/okt) pp. 394-395. (2016) |  |
|  |  |  | Törőcsik Mária, Szűcs Krisztián, Kehl Dániel Lifestyle Segments in Generation Z – A New Approach to Identify Groups among YouthINTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS INSIGHTS AND TRANSFORMATION 9:(1) pp. 65-69. (2016) |  |
| [Vágási Mária](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=11734)  |  |  | Bíró-Szigeti Sz, Vágási MStakeholder Relationship of Household Investments into Residential Building Energy Saving Projects – Modelling Approach of the Hungarian CaseARGUMENTA OECONOMICA 37:(2) pp. 147-168. (2016) |  |
|  |  |  | Grőger Nóra, Vágási MáriaTerméktanúsítási szolgáltatások szerepe a fenntartható ellátási láncban MAGYAR MINŐSÉG 25:(12) pp. 29-35. (2016) |  |
|  |  |  | Grőger Nóra, Vágási MáriaTerméktanúsítási szolgáltatások minőségérzékelése és a megrendelői magatartás tényezőiMINŐSÉG ÉS MEGBÍZHATÓSÁG L:(6) pp. 395-402. (2016) |  |
| [Veres Zoltán](http://mta.hu/koztestuleti_tagok?PersonId=14427)  | Veres Zoltán, Hoffmann Márta, Kozák Ákos (szerk.)Bevezetés a piackutatásbaBudapest: Akadémiai Kiadó, 2016. (ISBN:[978 963 05 9675 6](http://www.isbnsearch.org/isbn/9789630596756)) |  | Veres, Z. (2016): Marketingklasszifikáció vs. marketingkontinuum. Korreferátum Piskóti István „A businessmarketing identitása - elméleti iskolák, modellek és trendek” című tanulmányához. Vezetéstudomány, XLVII. évf., Marketingtudományi különszám, 50-53. ol.Veres, Z. (2016): Editorial: How do companies measure and manage organizational opportunities and risks for improved performance? Pannon Management Review, Vol. 5, Issue 1-2, 5-8 |  |
|  |  |  | Veres, Z. (2016): Editorial: Health Tourism from Different Aspects. Pannon Management Review, Vol. 5, Issue 3-4, 5-7 |  |