

A Marketing és Turizmus Intézet szakdolgozati és tudományos diákköri témajavaslatai

Természetesen továbbra is van arra lehetőség, hogy az ajánlott témák mellett más témákban is kutathassanak és készíthessenek TDK-munkát vagy szakdolgozatot.

1. Turizmus-vendéglátás felsőoktatási szakképzés

1. Turisztikai termékek, turizmus rendszere, trendek, piaci folyamatok témakörei:

- A falusi turizmus bemutatása egy választott, konkrét vendégház példáján keresztül
- Tematikus utak szerepe, fejlesztési lehetőségei a magyar turizmusban
- Piackutatási módszerek a turizmusban
- Egy választott település / kistérség / megye turisztikai infrastruktúrájának (intézményrendszer, szolgáltatások) bemutatása, elemzése és értékelése
- A turizmus aktuális trendjei Magyarországon
- A turizmus aktuális trendjei a világban
- A turizmus alakulása az elmúlt évtizedben – hazai és nemzetközi statisztikák értelmezése és elemzése
- Egy turisztikai termék bemutatása, elemzése és értékelése, fejlesztési lehetőségei (pl. kulturális, örökség, falusi, aktív, sport, öko-, gasztronómiai, egészség-, lovas, kerékpáros, téli, tömegturizmus)
- Digitális megoldások a turizmusban

2. Vendéglátáshoz kapcsolódó témakörök:

- Borvidékek összehasonlító elemzése
- A borturizmus hazai fejlesztési lehetőségei borvidégeinken (konkrét példán keresztül)
- Választott vendéglátó egység tevékenységének komplex elemzése
- Rendezvényszervezés jelentősége különböző vendéglátó egységek működésében
- A magyar gasztronómia választott korszaka vendéglátásának bemutatása
- Kézműves termékek (sör, bor, kávé, sajt) a magyar gasztronómiában
- A kávékülönlegességek térhódítása Magyarországon
- A cupping (kávékóstolás) fejlődése Magyarországon és a világban
- A sör helye a gasztronómiában
- Napjaink borfogyasztási trendjei

3. Szálláshelyekhez kapcsolódó témakörök:

- Törzsvendég-rendszerek működésének lehetőségei a kereskedelmi szálláshelyeken vagy a falusi szállásadásban
- Front Office rendszerek bemutatása és elemzése
- A szállodákban előforduló kommunikációs helyzetek, etikett és protokoll elvárások komplex vizsgálata
- Szállodák honlapjainak összehasonlító elemzése
- Magyarországi kempingszálláshelyek kínálatának elemzése
- Szálláshelyek kapacitásának és szolgáltatásainak alakulása az elmúlt évtizedben
- Egy szálloda komplex bemutatása és értékelése, fejlesztési lehetőségei
- Egy szálláshely komplex bemutatása és értékelése, fejlesztési lehetőségei
- Szállodaipari tendenciák a nagyvilágban

4. Rendezvényszervezés témakörök:

- Szabadidős programok szervezésének kérdései egy választott szabadidőközpontban/sportcentrumban/múzeumban
- Programszervezés és animáció szállodákban – hazai és nemzetközi gyakorlatok
- Programszervező cégek tevékenysége egy adott régióban
- Fesztiválok szerepe az idegenforgalom piacán
- A bál, mint rendezvény bemutatása (konkrét példán keresztül)
- Különleges ünnepi rendezvények szervezése és lebonyolítása konkrét szállodai/vendéglátó egységben
- Egy szálloda rendezvénytevékenységének komplex elemzése
- Egy szakmai rendezvény szervezésének és lebonyolításának teljes körű bemutatása és értékelése (pl. konferencia, sajtótájékoztató, kongresszus, szakmai kiállítás és vásár)
- Az incentív turizmus programszervezési sajátosságai

5. Egészségturizmushoz kapcsolódó témakörök:

- Az egészségturizmus jelentősége, fejlesztési lehetőségei egy régióban
- Egy konkrét gyógy-, wellness-szálló, gyógyfürdő bemutatása, tevékenységének, működésének elemzése, fejlesztési javaslatok
- Egy egészségturisztikai vállalkozás komplex elemzése
- A gyógyturizmus helyzete és lehetőségei Magyarországon egy-egy régió vagy üdülőkörzet példáján keresztül bemutatva

6. Turisztikai fejlesztés, régió- és településmarketing:

- A turisztikai fejlesztések hatása Magyarországon egy-egy konkrét település, régió életére (konkrét példa)
- A turizmus, mint a kitörés eszköze a kistérségekben, konkrét példa bemutatásával
- Az önkormányzatok jelentősége, szerepe és lehetőségei a turizmus települési/kistérségi fejlesztésében
- Egy adott régió, kistérség vagy település területfejlesztésének turizmus szempontú értékelése
- A civil szerveződések, egyesületek, nonprofit szervezetek szerepe a turisztikai kínálat bővítésében – adott példa elemzése

7. Utazási irodákhoz, utazásszervezéshez, idegenvezetéshez kapcsolódó témakörök:

- On-line lehetőségek az utazási irodai munkában
- Konkrét utazási iroda marketing tevékenységének elemzése
- Egy konkrét utazási iroda tevékenységének és szolgáltatásainak bemutatása és értékelése
- Konkrét utazásszervezés beutaztatás, kiutaztatás, belföldi programszervezés)
- Egy utazási vállalkozás megtervezése (létesítés, tevékenységek, szolgáltatások)

2. A turizmus-vendéglátás BA képzés

1. Turisztikai trendek, piaci folyamatok témakörei:

- A turizmus aktuális trendjei Magyarországon
- A turizmus aktuális trendjei a világban
- A turizmus alakulása az elmúlt évtizedben – hazai és nemzetközi statisztikák értelmezése és elemzése
- Digitális megoldások a turizmusban
- Új tendenciák, jelenségek megjelenése és kezelési lehetőségeik (pl. overtourism, pro-poor tourism)
- A hazai és nemzetközi turizmus és fejlődési trendjeinek elemzése
- Turisztikai együttműködések és szabályozás az Európai Unióban
- A turizmuspolitika és változása Magyarországon
- Utazási szokások változása, különös tekintettel az egyes turisztikai termékek keresletére
- A turizmus társadalmi és gazdasági hatásainak vizsgálata egy konkrét desztinációban
- A turisztikai fejlesztések hatása Magyarországon egy-egy konkrét település, régió életére.
- A turisztikai fejlesztések, projektek hatásvizsgálata gazdasági, ökológiai, társadalmi, szempontból
- Turisztikai innovációk – innovációk a turizmusban
- Egy már működő turisztikai vállalkozás üzleti vagy marketing tervének összeállítása
- Egy konkrét szálloda/étterem/utazási iroda üzleti tervének kidolgozása

2. A turizmus erőforrásai és rendszere, turisztikai termékek:

- Egy választott település / kistérség / megye turisztikai infrastruktúrájának (intézményrendszer, szolgáltatások) bemutatása, elemzése és értékelése
- Egy turisztikai termék bemutatása, elemzése és értékelése, fejlesztési lehetőségei (pl. kulturális, örökség, falusi, aktív, sport, öko-, gasztronómiai, egészség-, lovas, kerékpáros, téli, tömegturizmus)
- Turisztikai erőforrások komplex elemzése és értékelése egy desztinációban
- Különböző turisztikai termékek fejlesztése, megalapozó elemzés és javaslatok kidolgozása
- Turisztikai régiók versenyképességének vizsgálata
- Tematikus utak versenyképessége, sikertényezői
- A kulturális turizmus megjelenési formái a térségfejlesztésben
- Kulturális útvonalak jó gyakorlatainak elemzése és helyi adaptációja
- A falusi turizmus fejlesztése konkrét térségben
- A falusi turizmus bemutatása egy választott, konkrét vendégház/település/térség példáján keresztül
- Tematikus utak szerepe, fejlesztési lehetőségei a magyar turizmusban
- Kulturális útvonalak Európában és Magyarországon
- Új termékek megjelenése a turisztikai piacon (pl. film turizmus, halal turizmus, dark/tana turizmus, stb.)

3. Vendéglátáshoz kapcsolódó témakörök:

- Kézműves termékek (sör, bor, kávé, sajt) a magyar gasztronómiában
- A kávékülönlegességek térhódítása Magyarországon
- A cupping (kávékóstolás) fejlődése Magyarországon és a világban
- A sör helye a gasztronómiában
- Napjaink borfogyasztási trendjei

- Hagományos kézműves élelmiszerek az UNESCO szellemi örökségi listáján: nápolyi pizza, belga sörkultúra, hagyományos francia étkezési kultúra, mediterrán diéta
- Vendéglátás fejlődésének trendjei, tendenciái
- Konkrét vendéglátóhely elemzése, fejlesztési programjának kidolgozása
- Borvidékek összehasonlító elemzése
- A borturizmus hazai fejlesztési lehetőségei borvidékeinken (konkrét példán keresztül)
- Egy konkrét éttermi beruházás komplex elemzése
- Választott vendéglátó egység tevékenységének komplex elemzése
- Rendezvényszervezés jelentősége különböző vendéglátó egységek működésében
- A magyar gasztronómia választott korszaka vendéglátásának bemutatása

4. Szálláshelyekhez kapcsolódó témakörök:

- Szálláshelyek versenyképességének elemzése, fejlesztési stratégia és program kidolgozása
- Törzsvendég-rendszerek működésének lehetőségei a kereskedelmi szálláshelyeken vagy a falusi szállásadásban
- Front Office rendszerek bemutatása és elemzése
- A szállodákban előforduló kommunikációs helyzetek, etikett és protokoll elvárások komplex vizsgálata
- Szállodák honlapjainak összehasonlító elemzése
- Magyarországi kempingszálláshelyek kínálatának elemzése
- Szálláshelyek kapacitásának és szolgáltatásainak alakulása az elmúlt évtizedben
- Egy szálloda komplex bemutatása és értékelése, fejlesztési lehetőségei
- Egy szálláshely komplex bemutatása és értékelése, fejlesztési lehetőségei
- Szállodaipari tendenciák a nagyvilágban
- Vendéglégedettség mérése a szállodákban
- Konfliktusmenedzsment a szállodákban
- Digitális megoldások a szállodaiparban – hatásuk a szállodák vendégforgalmára

5. Rendezvényszervezés témakörök:

- Szabadidős programok szervezésének kérdései egy választott szabadidőközpontban/sportcentrumban/múzeumban
- Programszervezés és animáció szállodákban – hazai és nemzetközi gyakorlatok
- Programszervező cégek tevékenysége egy adott régióban
- Fesztiválok szerepe az idegenforgalom piacán
- A bál, mint rendezvény bemutatása (konkrét példán keresztül)
- Különleges ünnepi rendezvények szervezése és lebonyolítása konkrét szállodai/vendéglátó egységben
- Egy szálloda rendezvénytevékenységének komplex elemzése
- Egy szakmai rendezvény szervezésének és lebonyolításának teljes körű bemutatása és értékelése (pl. konferencia, sajtótájékoztató, kongresszus, szakmai kiállítás és vásár)
- Az incentív turizmus programszervezési sajátosságai

6. Egészségturizmushoz kapcsolódó témakörök:

- Az egészségturizmus jelentősége, fejlesztési lehetőségei egy régióban
- Egy konkrét gyógy-, wellness-szálló, gyógyfürdő bemutatása, tevékenységének, működésének elemzése, fejlesztési javaslatok
- Egy egészségturisztikai vállalkozás komplex elemzése

- A gyógyturizmus helyzete és lehetőségei Magyarországon egy-egy régió vagy üdülőkörzet példáján keresztül bemutatva
- Egy szabadon választott egészségturisztikai desztináció vagy vállalkozás bemutatása, több szempontú elemzése

7. Turisztikai fejlesztés, régió- és településmarketing, desztinációmenedzsment:

- A turizmus, mint a kitörés eszköze a kistérségekben, konkrét példa bemutatásával
- Az önkormányzatok jelentősége, szerepe és lehetőségei a turizmus települési-kistérségi fejlesztésében
- Egy adott régió, kistérség vagy település területfejlesztésének turizmus szempontú értékelése
- Desztinációk turisztikai versenyképességének vizsgálata és közösségi marketing-lehetőségei
- Desztináció marketing (egy szabadon választott ország, régió, kistérség, település piaci megjelenésének elemzése,)
- TDM szervezetek létrehozásának és működési tapasztalatainak elemzése
- A civil szerveződések, egyesületek, nonprofit szervezetek szerepe az idegenforgalmi kínálat bővítésében –adott példa elemzése
- Konkrét terület fenntartható módon történő fejlesztésének turisztikai lehetőségei
- A turisztikai fejlesztések hatása Magyarországon egy-egy konkrét település, régió életére (konkrét példa)

8. Utazási irodákhoz, utazásszervezéshez, idegenvezetéshez kapcsolódó témakörök:

- On-line lehetőségek az utazási irodai munkában
- Konkrét utazási iroda marketing tevékenységének elemzése
- Egy konkrét utazási iroda tevékenységének és szolgáltatásainak bemutatása és értékelése
- Konkrét utazásszervezés beutaztatás, kiutaztatás, belföldi programszervezés)
- Egy utazási vállalkozás megtervezése (létesítés, tevékenységek, szolgáltatások)
- Különleges idegenvezetési gyakorlatok, best practice bemutatása és hazai adaptációs lehetőségei
- Autóbuszos városnézések nemzetközi gyakorlatának összehasonlító elemzése
- Fakultatív és garantált programok a szervezett utaztatásban – nemzetközi és hazai példák összehasonlító elemzése
- Idegenvezetés a digitális világban – módszerek, eszközök

9. Turizmusmarketing témakörben:

- Piackutatási módszerek a turizmusban
- Digitális megoldások a turizmusban
- A Magyar Turisztikai Ügynökség marketingtevékenységének elemzése
- Turisztikai vállalkozások fejlesztése, marketingprogramjainak kidolgozása

3. A kereskedelmi és marketing felsőoktatási szakképzés

Értékesítés – kereskedelem

- A kiskereskedelem, a bolti értékesítés technikai kérdései
- Az egyes direkt és indirekt értékesítési csatornák vizsgálata
- Az értékesítéshez kapcsolódó szolgáltatások fejlődése
- Az értékesítési módok változásai
- Elektronikus kereskedelem (web-kereskedelem, elektronikus piacterek) trendjei
- Kereskedelem-technikai döntések (beszerzés-készletezés-értékesítés) konkrét vállalkozás gyakorlatában
- Speciális termékek/szolgáltatások értékesítésének vizsgálata
- Személyes eladás, ügyfélkapcsolat technikai kérdései
- Telefonos értékesítés (call center) technikai kérdései
- CRM (Customer Relationship Management) működtetés vizsgálata
- KAM (Key Account Management) bemutatása vállalati példán
- Az értékesítéshez kapcsolódó (logisztikai és egyéb) szolgáltatások fejlődése
- Beszerzési logisztika folyamata, árufogadási időablak bemutatása
- Értékesítési/elosztási logisztika folyamatainak bemutatása, elemzése
- Szállítmányozás és fuvarozás a bel-és külkereskedelemben

Marketingkommunikáció

- Corporate Identity és imázs-építés szervezeti piacokon
- Termékek és szolgáltatások webes értékesítésének összehasonlítása, fejlesztése
- A fogyasztói magatartás vizsgálata egy meghatározott termék esetében
- A társadalmi tényezők fogyasztói magatartásra gyakorolt hatásának elemzése
- Marketing-innovációk megjelenése különböző piaci szituációkban
- Vállalatok társadalmi felelősségvállalásának (CSR) bemutatása
- Kampány- és médiatervezés gyakorlatának bemutatása a versenyszektorban
- Kommunikációs mix bemutatása egy kiválasztott vállalkozásnál
- Public relations: PR tevékenység bemutatása, elemzése egy kiválasztott vállalatnál
- egy kiválasztott médium és kommunikációs tevékenységének bemutatása
- Egy kiválasztott kommunikációs ügynökség munkájának bemutatása
- Reklámtervezés, kreatív tervezés folyamatának bemutatása egy konkrét vállalkozásnál
- Kampány /kommunikáció tervezése egy kiválasztott nonbusiness szervezetnél
- Esemény-marketing, események, mit PR eszköz felhasználása, esemény, mint reklámeszköz felhasználása
- Szponzorálási tevékenység és kommunikálása egy kiválasztott vállalatnál
- Szponzor-gyűjtés egy kiválasztott szervezetnél (művészet, kultúra, sport)
- Egy tetszőlegesen kiválasztott kvalitatív marketingkutatói módszer elméleti háttérének és gyakorlati alkalmazhatóságának vizsgálata
- Egy nonbusiness tevékenységet végző szervezet, vagy esemény marketingtevékenységének komplex elemzése
- Szolgáltatások észlelt minőségének vizsgálata, szolgáltatásminőség javítás
- Marketing a kultúra területén, pl. múzeumok, színházak, galériák marketingtevékenységének vizsgálata

4. Kereskedelem és marketing BA képzés

Árképzés

- Az árkedvezmények vásárlási döntésekre és attitűdökre gyakorolt hatásának elemzése
- Árösszehasonlító oldalak vásárlási magatartásra gyakorolt hatásának elemzése
- Az ár és a minőség kapcsolatának vizsgálata vaktesztek során

Business marketing

- Szervezeti piacok és termékek sajátosságainak, marketing lehetőségeinek elemzése
- Piackutatás sajátosságai a szervezeti piacokon
- Piacszegmentálás és szegmentációs stratégiák egy konkrét vállalatnál
- Ügyfélelégedettség-menedzsment (CSM) konkrét piacokon, vállalkozásoknál
- Kapcsolati marketing és módszertanának megjelenése szervezeti piacokon
- Az ajánlat és kialakításának gyakorlata a szervezeti piacokon
- CRM (Customer Relationship Management) kiépítése és működtetése
- KAM (Key Account Management)
- Marketingkommunikáció sajátosságai szervezeti piacokon
- Corporate Identity és imázs-építés szervezeti piacokon
- Cégek márkavertékének mérése és növelésének eszközei
- A termékfejlesztési folyamat marketingorientáltságának elemzése egy tetszőlegesen kiválasztott vállalatnál
- Technológiák piac- és versenyképességi elemzése konkrét vállalkozásnál
- Az innováció folyamatának marketing eszközökkel való támogatásának vizsgálata
- Új termékek piaci bevezetése
- Marketing-innovációk megjelenése különböző piaci szituációkban
- Innovációs lehetőségek feltárása marketingelemzéssel, marketing technikákkal

Értékesítés– kereskedelem

- A B2B és a B2C folyamatok eltérései a kereskedelemben
- A bolti értékesítés technikai kérdései
- A kiskereskedelem átrendeződése és termelőkkel szembeni térnyerése
- A nagykereskedelem funkciók, struktúrák fejlődésének, átalakulásának nemzetközi és hazai elemzése
- Az egyes direkt és indirekt értékesítési csatornák vizsgálata
- Az értékesítés nemzetközi és hazai jogi környezete és hatásuk az értékesítési technikákra
- Az értékesítés támogatása info-kommunikációs eszközökkel
- Az értékesítéshez kapcsolódó szolgáltatások fejlődése
- Az értékesítési módok változásai
- Bevásárlóközpontok és mall-ok létesítésének hazai gyakorlata
- Elektronikus kereskedelem (webkereskedelem, elektronikus piacterek) stratégiai és technikai kérdései
- Értékesítés és ellentételezéseinek technológiai fejlődése
- Értékesítési információs rendszer(ek) bemutatása, elemzése konkrét vállalatnál
- Infokommunikációs technológiák által nyújtott lehetőségek az üzleti tárgyalásokban
- Kereskedelem-technikai döntések (beszerzés-készletezés-értékesítés) konkrét vállalkozás gyakorlatában
- Kiskereskedelmi láncok szervezési, felépítési elvei és megoldásai
- Kiskereskedelmi választékpolitika

- Speciális termékek/szolgáltatások értékesítésének vizsgálata
- Személyes eladás technikai kérdései
- Telefonos értékesítés (call center) technikai kérdései
- Termékek és szolgáltatások webes értékesítésének összehasonlítása, fejlesztése

Fogyasztói magatartás vizsgálata

- Komplex fogyasztói magatartás vizsgálat meghatározott piacon, termékek esetében
- A márkahűség, a fogyasztói elégedettség és a fogyasztói lojalitás elemzése
- A pszichológiai tényezők fogyasztói magatartásra gyakorolt hatásának vizsgálata
- A társadalmi tényezők fogyasztói magatartásra gyakorolt hatásának elemzése
- Fogyasztói szegmensek, piac-szegmentáció konkrét termékek, piacok esetén
- Cross-cultural marketing – eltérő kultúrák fogyasztói magatartásra és/vagy marketingstratégiára gyakorolt hatásának elemzése
- Online értékelések (rating) vásárlást befolyásoló hatásának elemzése
- A fogyasztók környezettudatosságának komplex elemzése
- A vállalatok környezettudatosságának komplex vizsgálata
- Környezetbarát termékek innovációjára ható tényezők elemzése
- A környezetbarátság vásárlási döntésekre gyakorolt hatásának vizsgálata

Márkamenedzsment – márkázás

- A márkaközösségek (brand community) márkaértékre gyakorolt hatásának elemzése
- A divatkövetés és a márkahűség közötti kapcsolat vizsgálata
- Környezettudatos márkázás - A környezettudatosság szerepe a fogyasztói márkadöntésekben és a környezettudatosság márkaértékére gyakorolt hatásának vizsgálata
- Milyen hatást gyakorolnak az egyedi és a folyamatos árkedvezmények az adott márká fogyasztói minőségérzékelésére és a márkaértékre?

Marketing-kommunikáció

- Kampánytervezés és médiatervezés a versenyszektorban
- Kommunikációs mix tervezése egy kiválasztott vállalkozásnál
- Kommunikációs stratégia tervezése egy kiválasztott vállalkozásnál
- Public relations: PR akció tervezése egy kiválasztott vállalatnál
- Reklámtervezés, kreatív tervezés
- Kampány /kommunikáció tervezése egy kiválasztott nonbusiness szervezetnél
- Esemény-marketing, események, mit PR eszköz felhasználása, esemény, mint reklámeszköz felhasználása
- Vállalati társadalmi felelősségvállalás: CSR tevékenység és annak kommunikálása egy kiválasztott vállalatnál
- CSR hazai és nemzetközi tendenciái
- Szponzorálási tevékenység és kommunikálása egy kiválasztott vállalatnál
- Szponzor-gyűjtés egy kiválasztott szervezetnél (művészet, kultúra, sport)
- egy kiválasztott médium és kommunikációs tevékenységének bemutatása
- Egy kiválasztott kommunikációs ügynökség munkájának bemutatása

Marketingkutató

- Egy tetszőlegesen kiválasztott kvalitatív marketingkutatói módszer elméleti háttérének és gyakorlati alkalmazhatóságának vizsgálata (pl.: etnográfia, netnográfia)

- Egy tetszőlegesen kiválasztott kvantitatív marketingkutatói módszer elméleti háttérének és gyakorlati alkalmazhatóságának vizsgálata (pl.: neurális hálók, genetikai algoritmusok)
- Több tetszőlegesen kiválasztott marketingkutatói módszer összehasonlító elemzése
- Vevőelégedettség vizsgálata egy tetszőlegesen kiválasztott gazdasági társaságnál
- Mérés módszerek a marketingben (teljesítmény és hatékonyságmérés)

Logisztika a kereskedelemben

- Az értékesítéshez kapcsolódó (logisztikai és egyéb) szolgáltatások fejlődése
- Beszerzési logisztika folyamata, árufogadási időablak kialakítása
- Értékesítési/elosztási logisztika folyamatainak bemutatása, elemzése
- Kereskedelem-technikai döntések támogatása informatikai eszközökkel
- Készletezési és raktározási rendszerek elemzése
- Marketing-logisztikai megoldások eltérései (a logisztikai részfolyamatok alapján, áruajtaként, értékesítési csatornák szerint)
- Kiskereskedelmi logisztika folyamata, technikai kérdései
- Szállítmányozás és fuvarozás a bel-és külkereskedelemben
- Vámtechnika és külkereskedelelem összefüggéseinek elemzése konkrét vállalati példán

Külkereskedelelem technikája

- Nemzetközi szokás-és szokványrendszerek bemutatása, elemzése gyakorlati szempontokból
- •Külkereskedelmi szerződés feltételeinek elemzése különböző ügyletek esetében
- •A külkereskedelmi szerződés fizetési és marketing szempontjainak összehangolása
- •Külkereskedelmi szerződéskötési folyamat és gyakorlat bemutatása, elemzése konkrét vállalkozás példáján

Nonbusiness marketing

- Egy nonbusiness tevékenységet végző szervezet, vagy esemény marketingtevékenységének komplex elemzése
- Minőség-értéktétel kutatás nonbusiness marketing szervezetek esetében (pl. felsőoktatási intézmények szolgáltatási minőség megítélésére ható tényezők modellezése)
- Marketing a kultúra területén, pl. múzeumok, színházak, galériák marketingtevékenységének vizsgálata
- Marketing az oktatásban
 - általános és középiskolák marketing elemzése
 - marketing a felsőoktatásban,
 - felnőttképzés, továbbképzés marketing lehetőségei, feladatai
- Az etikátlan vállalati magatartás vásárlási döntésekre gyakorolt hatásának vizsgálata
- Az egészségtudatosság vásárlási döntésekre gyakorolt hatásának vizsgálata

Régió- és településmarketing •

- Település illetve térségi imázs mérése, auditja
- Márka értelmezése a régió- és településmarketingben
- Helyi termékek és márka szerepe és építése
- Helyi identitás építése, a belső marketing és eszközei a települések és régiók esetében
- Gazdaságfejlesztést támogató marketing programok
- Közösségi marketing az agráriumban (bor-, alma- stb. marketing)
- Terület- és településfejlesztés és a marketing (RTM) kapcsolata

- A LEADER alapú európai és hazai vidékfejlesztés marketing támogatása
- Város/régió marketingkommunikációja, esemény-kommunikáció, kommunikációs stratégia vizsgálata egy régió/város esetében

Szolgáltatásmarketing

- Szolgáltatások észlelt minőségének vizsgálata, a szolgáltatásminőség javítása
- A szolgáltatások fizikai jellemzőinek a szolgáltatások megítélésére gyakorolt hatása

5. Marketing MA képzés

Beszerezés

- Beszállító-választási, értékelési kritériumok elemzése
- Beszállító-fejlesztés adott cég gyakorlatában
- Adott vállalat beszerzési rendszerének elemzése
- Beszerzési stratégiák kialakítása

Business marketing és menedzsmentje

- Szervezeti piacok és termékek sajátosságainak, marketing lehetőségeinek elemzése
- Piackutatás sajátosságai a szervezeti piacokon
- Piacszegmentálás és szegmentációs stratégiák
- Ügyfél-elégedettség és lojalitásvizsgálatok – ügyfél-elégedettség-menedzsment (CSM) konkrét piacokon, vállalkozásoknál
- Ügyfél-érték értelmezés és mérése
- Kapcsolati marketing és módszertanának megjelenése szervezeti piacokon
- Az ajánlat és kialakításának stratégiája a szervezeti piacokon
- A termékfejlesztési folyamat marketingorientáltságának elemzése egy tetszőlegesen kiválasztott vállalatnál
- Technológiák piac- és versenyképességi elemzése konkrét vállalkozásnál
- Az innováció folyamatának marketing eszközökkel való támogatásának vizsgálata
- Új termékek piaci bevezetése
- Marketing-innovációk megjelenése különböző piaci szituációkban
- Innovációs lehetőségek feltárása marketingelemzéssel, marketing technikákkal
- High-Tech piacok és elemzése
- CRM (Customer Relationship Management) kiépítése és működtetése
- KAM (Key Account Management)
- Marketingkommunikáció sajátosságai szervezeti piacokon
- Corporate Identity és imázs-építés szervezeti piacokon
- Cégek márkaértékének mérése és növelésének eszközei

Értékesítés menedzsment – kereskedelem

- A B2B és a B2C folyamatok eltérései a kereskedelemben
- A bolti értékesítés technikai/stratégiai kérdései
- A kereskedelmi szerződés jogi és kereskedelemtechnikai összefüggései, realizálása
- A kiskereskedelem átrendeződése és termelőkkel szembeni térnyerése
- A nagykereskedelem funkciók, struktúrák fejlődésének, átalakulásának nemzetközi és hazai elemzése
- Az egyes direkt és indirekt értékesítési csatornák vizsgálata, stratégiája
- Az értékesítés és a marketing integrációja

- Az értékesítés nemzetközi és hazai jogi környezete és hatásuk az értékesítési technikákra
- Az értékesítés szerepe az értékteremtésben, értéklánc folyamatban
- Az értékesítés támogatása info-kommunikációs eszközökkel
- Az értékesítéshez kapcsolódó szolgáltatások fejlődése
- Az értékesítési módok változásai
- Bevásárlóközpontok és mall-ok létesítésének stratégiái
- Elektronikus értékesítés (webkereskedelem, elektronikus piacterek) stratégiai és technikai kérdései
- Értékesítés és ellentételezéseinek technológiai fejlődése
- Értékesítési csatornakonfliktusok kezelési stratégiái
- Értékesítési információs rendszer(ek) bemutatása, elemzése konkrét vállalatnál
- Értékesítési utak hatékonyságának mérése
- Infokommunikációs technológiák által nyújtott lehetőségek az üzleti tárgyalásokban
- Kereskedelem és társadalom egymásra hatása (lakossági, szervezeti szempontok szerint, politika és kultúra szerint, település-földrajzi szempontból)
- Kereskedelem-technikai döntések (beszerzés-készletezés-értékesítés) konkrét vállalkozás gyakorlatában
- Kereskedői stratégiák összehasonlító elemzése konkrét kereskedelmi vállalatok példáján
- Kiskereskedelmi láncok szervezési, felépítési elvei és megoldásai
- Kiskereskedelmi választékpolitika
- Speciális termékek/szolgáltatások értékesítésének tervezése
- Személyes eladás megtervezése és technikai kérdései
- Tárgyalási stratégiák, módszerek és technikák
- Telefonos értékesítés (call center) megtervezése és technikai kérdései
- Termékek és szolgáltatások webes értékesítésének összehasonlítása, fejlesztése
- Az árkedvezmények vásárlási döntésekre és attitűdökre gyakorolt hatásának elemzése
- Ár összehasonlító oldalak vásárlási magatartásra gyakorolt hatásának elemzése
- Az ár és a minőség kapcsolatának vizsgálata vaktesztok segítségével

Fogyasztói magatartás vizsgálata

- A márkahűség, a fogyasztói elégedettség és a fogyasztói lojalitás elemzése
- Fogyasztói szegmensek, piac-szegmentáció konkrét termékek, piacok esetén
- Cross-cultural marketing – eltérő kultúrák fogyasztói magatartásra gyakorolt hatása, vagy az eltérő kultúrák marketingstratégiára gyakorolt hatásának elemzése
- Aktuális globális fogyasztói magatartás trendek és hatásuk vizsgálata
- Az online fogyasztói magatartás komplex elemzése egy konkrét termék/márka/szolgáltatás esetében
- Környezettudatos marketing modellek gyakorlati alkalmazhatóságának vizsgálata
- A fogyasztók környezettudatosságának komplex elemzése
- A vállalatok környezettudatosságának komplex vizsgálata
- Környezetbarát termékek innovációjára ható tényezők elemzése
- A környezettudatosság vásárlási döntésekre gyakorolt hatásának vizsgálata

Márkamenedzsment – márkázás

- A márkaközösségek (brand community) márkaértékre gyakorolt hatásának elemzése
- A kereskedelmi márkák (private labels) vállalati márkaértékére gyakorolt hatásának elemzése (pl. Hogyan befolyásolja a PL termékek bevezetése a forgalmazó tulajdonos vállalat márkaértékét?)

- A márkaszemélyiség fogyasztói minőség-megítélésre gyakorolt hatásának modellezése
- Környezettudatos márkázás - A környezettudatosság szerepe a fogyasztói márkadöntésekben és a környezettudatosság márkaértékére gyakorolt hatásának vizsgálata
- Milyen hatást gyakorolnak az egyedi és a folyamatos árkedvezmények az adott márka fogyasztói minőségérzékelésére és a márkaértékre?

Marketing-kommunikáció

- Kampánytervezés és médiatervezés a versenyszektorban
- Kommunikációs mix tervezése egy kiválasztott vállalkozásnál
- Kommunikációs stratégia tervezése egy kiválasztott vállalkozásnál
- PR stratégia tervezése egy kiválasztott vállalatnál
- egy kiválasztott médium és kommunikációs tevékenységének bemutatása
- Egy kiválasztott kommunikációs ügynökség munkájának bemutatása
- Reklámstratégia kialakítása
- Kampány /kommunikáció tervezése egy kiválasztott nonbusiness szervezetnél
- Esemény-marketing, események, mit PR eszköz felhasználása, esemény, mint reklámeszköz felhasználása
- Vállalati társadalmi felelősségvállalás: CSR tevékenység és annak kommunikálása egy kiválasztott vállalatnál
- CSR hazai és nemzetközi tendenciái
- Szponzorálási tevékenység és kommunikálása egy kiválasztott vállalatnál
- Szponzor-gyűjtés egy kiválasztott szervezetnél (művészet, kultúra, sport)

Marketingkutató

- Új módszerek a marketingkutatóban:
- Egy tetszőlegesen kiválasztott kvalitatív marketingkutatói módszer elméleti háttérének és gyakorlati alkalmazhatóságának vizsgálata (pl.: etnográfia, netnográfia)
- Egy tetszőlegesen kiválasztott kvantitatív marketingkutatói módszer elméleti háttérének és gyakorlati alkalmazhatóságának vizsgálata (pl.: neurális hálók, genetikai algoritmusok)
- Több tetszőlegesen kiválasztott marketingkutatói módszer összehasonlító elemzése
- Vevőelégedettség vizsgálata egy tetszőlegesen kiválasztott gazdasági társaságnál
- Mérési módszerek a marketingben (teljesítmény és hatékonyságmérés)

Marketing logisztika

- Az értékesítési (elosztási) logisztika támogatása infokommunikációs eszközökkel
- Az értékesítéshez kapcsolódó (logisztikai és egyéb) szolgáltatások fejlődése
- Beszerzési logisztika folyamata, árufogadási időablak kialakítása
- Értékesítési/elosztási logisztika folyamatainak elemzése
- Kereskedelem-technikai döntések elemzése konkrét vállalkozás gyakorlatában
- Kereskedelemtechnikai döntések támogatása informatikai eszközökkel
- Készletezési és raktározási stratégiák, rendszerek elemzése
- Marketing-logisztikai megoldások eltérései (a logisztikai részfolyamatok alapján, áru-fajtaként, értékesítési csatornák szerint)
- Marketing logisztika stratégiai/technikai kérdései – SCM technikák
- Szállítmányozás és fuvarozás a bel-és külkereskedelemben
- Vámtechnika és külkereskedelelem összefüggéseinek elemzése konkrét vállalati példán

Marketing stratégia

- A marketingstratégia helye a vállalati tervezésben
- Marketingstratégia megközelítések a szakirodalomban
- Integrált marketingstratégia értelmezése és alkalmazása
- Piacok és vállalkozások marketingstratégiai elemzése, auditja
- Marketingstratégia kialakítása konkrét vállalkozásnál, szervezetnél
- Marketingstratégiai alternatívák vizsgálata különböző piaci szituációkban
- Marketingtervezés és marketing terv készítése konkrét szituációban
- Operatív marketing tervek kialakítása és megvalósítása
- Marketingstratégia realizálási feltételeinek elemzése, biztosítása
- Marketingkontrolling és alkalmazása stratégiai és operatív területen

Nemzetközi kereskedelem technikája

- A külkereskedelem intézményi és jogi környezetének változásai, aktualitásai
- Külkereskedelmi és FDI elmélet és gyakorlat nemzetközi szakirodalmi elemzése
- Nemzetközi szokás-és szokványrendszerek bemutatása, elemzése gyakorlati szempontokból
- Külkereskedelmi szerződés feltételeinek összehasonlító elemzése különböző ügyletek esetében
- A külkereskedelmi szerződés fizetési és marketing szempontjainak összehangolása
- Külkereskedelmi szerződéskötési folyamat és gyakorlat elemzése, fejlesztése konkrét vállalkozás példáján

Nemzetközi marketing

- Nemzetközi üzleti/marketing környezet elemzése (módszertan és konkrét elemzés) •
- A nemzetközi marketing stratégiai dimenziói (kialakítás és végrehajtás) •
- Nemzetközi marketing stratégia fejlesztése a BRICS országokba irányuló üzleti (kereskedelmi és/vagy FDI) aktivitások támogatására•
- A külpiazi aktivitási/belépési módok és módszertanok nemzetközi szakirodalmi elemzése
- A nemzetközi marketing program egyes mix elemeinek (beszerzés, termék, ár, elosztás, kommunikáció) stratégiai és taktikai szintű formálása egy konkrét vállalkozásnál
- Interkulturális (cross-cultural) marketing elméleti és gyakorlati összefüggései a nemzetközi marketingben
- Nemzetközi üzleti tárgyalások elemzése, módszerek és az egyes nemzetiségek sajátosságai
- Protokoll és etikett a hazai/nemzetközi kereskedelmi üzletkötési gyakorlatban

Társadalmi marketing

- Társadalmi marketing elméleti megközelítések és modellek összehasonlító elemzése
- Marketing a kultúra területén, pl. múzeumok, színházak, galériák marketingtevékenységének vizsgálata
- Marketing az oktatásban
 - általános és középiskolák marketing elemzése
 - marketing a felsőoktatásban,
 - felnőttképzés, továbbképzés marketing lehetőségei, feladatai
- Az etikátlan vállalati magatartás vásárlási döntésekre gyakorolt hatásának vizsgálata
- Az egészségtudatosság vásárlási döntésekre gyakorolt hatásának vizsgálata
- Egy nonbusiness tevékenységet végző szervezet, vagy esemény marketingtevékenységének komplex elemzése (BA) •

- Minőség-értékelés kutatás nonbusiness marketing szervezetek esetében (pl. felsőoktatási intézmények szolgáltatási minőség megítélésére ható tényezők modellezése)
- Településmarketing stratégia kidolgozása
- Település, illetve térségi imázs mérése, auditja
- Országimázs-kutatás - külföldi és magyar gyakorlat
- Márka értelmezése a régió- és településmarketingben•
- Helyi termékek és márka szerepe és építése
- Helyi identitás építése, a belső marketing és eszközei a települések és régiók esetében
- Gazdaságfejlesztést támogató marketing programok
- Város/régió marketingkommunikációja, esemény-kommunikáció, kommunikációs stratégia egy régió/város esetében