

Szerző neve titulusokkal

Publikáció címe magyarul (alatta angolul, ha van rá lehetőség)

Pécs, Év. hónap nap.

Összefoglaló magyarul

A tanulmány elejére 4-500 karakter hosszú összefoglalót kérünk, ami bemutatja a vizsgált problémakört, leírja a módszertant és ismerteti a tanulmány legfontosabb eredményét. Emellett kérjük 3–5 kulcsszó megnevezését is.

Összefoglaló angolul (ha van rá lehetőség)

A magyar összefoglaló angol változata kulcsszavakkal.

A kéziratok iránti formai kívánalmak

Az alábbiakban néhány, a kéziratokra vonatkozó tudnivalóra hívjuk fel a figyelmet.

1. A cikkek terjedelme ne legyen kevesebb 5 gépelt oldal és ne legyen több, mint 10 gépelt oldal.
2. A szöveget kérjük elektronikusan leadni 2,5 cm-es margók között Times New Roman CE betűtípussal, 1,5-es sortávval írva, A/4 méretben, PDF formátumban. Kérjük, hogy a cikk formázásakor a félkövér és a dőlt betűtípus használatát leszámítva semmilyen más formázást (pl. kiskapitális betű, címsor, stb.) ne használjanak! A cikkeket a következő címre kérjük e-mailben küldeni: cs.bosnyak@gmail.com

3. A táblázatokat és ábrákat kérjük számozással és címmel ellátni. Terjedelmi okok miatt helyénvalónak látjuk, hogy egy tanulmányban legfeljebb 3-4 ábra szerepeljen. Az ábrák és a táblázatok alatt fel kell tüntetni a forrást is. Ha saját készítésű az adott ábra, akkor a Forrás: Saját szerkesztés illetve Forrás: Saját számítás formulát kell használni.

4. A hivatkozásokat minden esetben kérjük feltüntetni, a szerző nevét és a kiadás évét zárójelbe téve. Például: (Kotler 2002). Pontos idézetnél az oldalszám is szükséges. Például: (Kotler 2002, 88) vagy (Kotler 2002, 88–91). Kettőnél több szerző esetén az első szerző vezetékneve után az et al (Baker et al, 1986), magyar szerzők esetében az és tsai (Berács és tsai 2004) formulát kérjük alkalmazni. A hivatkozások ne lábjegyzetként, hanem a fenti formában kerüljenek a szövegbe. Minden hivatkozott mű szerepeljen a szöveg végén található Hivatkozások című listában, és abban csak a hivatkozott irodalom szerepeljen!

5. A jegyzeteket (ha vannak) kérjük megszámozva, a szöveg végén, a hivatkozások előtt elhelyezni. A jegyzetek a főszöveg kiegészítéseit tartalmazzák, ne legyenek bennük például ábramagyarázatok, hivatkozások. Mindazonáltal kérjük a szerzőket, hogy kerüljék a jegyzetek használatát.

6. A Hivatkozások a következő alapformákat kövesse:

Könyv: Szerző (megjelenés éve), A mű címe, A kiadás helye: A kiadó neve

Folyóiratcikk: Szerző(k) (a megjelenés éve), „A cikk címe”, *A folyóirat neve*, **Az évfolyam sorszáma** A szám sorszáma, A cikk kezdő és befejező oldalszáma

Gyűjteményes kötetben szereplő tanulmány: Szerző(k) (a megjelenés éve), „A cikk címe”, Szerkesztő(k) neve (szerk. vagy ed(s) vagy Hrsg.), *A gyűjteményes kötet címe*, A kiadás helye: A kiadó neve, A hivatkozott írásmű kezdő és befejező oldalszáma

Példák:

Becker, J. (1993), *Marketing-Konzeption: Grundlagen des strategischen Marketing-Managements*, München: Vahlen

Zikmund, W. and D'Amico, M. (2002), *Effective Marketing: Creating and Keeping Customers in an E-commerce World*, 3/e., Cincinnati, OH: South-Western Publishing

Rekettye G. (1999), *Az ár a marketingben*, Budapest: Műszaki

Berács J., Lehota J., Piskóti I., Rekettye G. (szerk.), *Marketingelmélet a gyakorlatban*, Budapest: KJK-KERSZÖV, 2004

Biggadike, E. R. (1981), “The Contributions of Marketing to Strategic Management”, *Academy of Management Review*, 6 4, pp.621-32

Baker, M. J., Hart, S., Black, C. and Abdel-Mohsen, T. M. (1986), “The Contribution of Marketing to Competitive Success; A Literature Review”, *Journal of Marketing Management*, 2 1, 39-61

Dernóczy A., Józsa L. (2006), “Klaszterek a fogyasztói magatartás terén”, *Marketing & menedzsment*, XL 5-6, 80-85

SONO-EAST BANK KFT.

Bradshaw, A. and Fuat Firat, A. (2007), "Rethinking Critical Marketing", in: Saren, M. Maclaran, P., Goulding, C., Elliott, R., Shankar, A., & Catterall, M. (eds.), *Critical Marketing: Defining the Field*, Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 30-43

Zeller Gy. (1998), „A marketingtudomány kialakulása és térnyerése”, in: Fojtik J., Rekettye G. (szerk.), *Hagyomány és megújulás a magyar marketingoktatásban*, A magyar marketingoktatók IV. éves konferenciájának előadásai, Pécs, 3-10