

## **PUBLIKÁCIÓS LISTA**

**MAGYAR ZOLTÁN**  
Főiskolai adjunktus, NYF GTK  
Üzleti Tudományok Intézet

### **I. Könyv, könyvrészlet, jegyzet**

1. Magyar Z. (2006): Piackutatás. Főiskolai jegyzet Nyíregyházi Főiskola GTFK, Nyíregyháza, (ISBN 963 7336 36 2)
2. Magyar Z. (2012): A pénz szerepe mindennapi életünkben. – Ismeretterjesztő kiadvány a fiatalok pénzkezelési kultúrájának fejlesztésére. Szocio East Egyesület Szociális és Módszertani Központ. (TÁMOP 5.3.5-09/1-2010-0018 számú projekt) – „Esély a lakhatás biztonságára” – Adósságrendezési modellprogram a baktalórántházi kistérségben. ISBN 978-963-08-3559-6

### **II. Szakcikk**

1. Magyar Z. (2006): A niche marketing stratégiájú kkv- k üzleti és marketingstratégiai jellegzetességeinek vizsgálata” –A Magyar Vállalkozásfejlesztési Alapítvány „Laky Teréz Kutatói Ösztöndíja” a fenti című tudományos munka elkészítésére. Budapest
2. Magyar Z. (2007): Piaci rések, üzleti lehetőségek. Magyar Mezőgazdaság 62. évf. 33. sz HU-ISSN 0025-018X
3. Magyar Z. (2007): Novel market conditions and marketing consequences in the hungarian guided hunting sector. Debreceni Egyetem Agrártudományi Közlemények - Acta Agraria Debreceniensis - angol kiadás, HU-ISSN-1588-8363
4. Magyar Z. (2008): A magyar piackutatás történeti áttekintése. Marketing&Menedzsment tudományos folyóirat, INDEX 25545 HU ISSN 1219-03-49
5. Magyar Z. (2009): Termékstratégiai prioritások vizsgálata az Észak-alföldi régió kisvállalkozásainak körében. Debreceni Egyetem Agrártudományi Közlemények- Acta Agraria Debreceniensis, HU-ISSN 1587-1282
6. Magyar Z. (2010): Innovációs attitűdök vizsgálata az Észak-alföldi régió kisvállalkozásainak körében. Gazdasági és Társadalomtudományi Közlemények, Nyíregyházi Főiskola GTK, a Kelet- és Közép-európai Kutató Központ és a Kulturdiplomáciai és Civilizációs Kutatások Kutatócsoport Kiadvány, Nyíregyháza
7. Magyar Z. (2012): Pénzügyi kultúra – Közügy vagy magánügy? Gazdasági és Társadalomtudományi Közlemények, Nyíregyházi Főiskola GTK, IV. évf. 2. sz.

### **III. Konferencia előadások, poszterek**

1. Magyar Z. (2004): Fuvarozó tevékenységű közép vállalkozás árképzési sajátosságainak bemutatása. Esettanulmány Tudomány Napja Konferencia, Nyíregyházi Főiskola GTFK
2. Magyar Z. (2005): A magyar kis- és közép vállalatok árképzési rendszereinek vizsgálata. A Marketing Oktatók Klubjának 2005. évi Tudományos Konferenciája, Győr Széchenyi István Egyetem, 2005. augusztus 25.

3. Magyar Z. (2005): A marketingoktatás lehetőségei és kihívásai a magyar felsőoktatásban. Tudomány Napja Konferencia, Nyíregyházi Főiskola GTFK (ISSN 1787- 7113, 55 p.)
4. Magyar Z. (2006): A niche- marketing, mint potenciális kisvállalati stratégia. Pannon Gazdaságtudományi Konferencia Veszprém (ISBN 963 9696 03X, 274 p.)
5. Magyar Z. (2007): Az Észlelt Vevőértéken Alapuló (EVC) árképzési modell kialakulásának és alkalmazásának körülményei. AVA-3 Nemzetközi Tudományos Konferencia Debrecen, (ISBN 978- 963- 87118-7-8) CD-n kiadva
6. Magyar Z. (2007): Az üzleti kapcsolatok, és az informális kapcsolati hálózatok szerepe, jelentősége a szervezeti piacon működő kisvállalatok marketingstratégiájában. International Multidisciplinary Conference, Baia Mare, Romania (ISSN 1224-3264) 447 p.
7. Magyar Z. (2007): Modelling the Identified Key Success Factors of Small- and Medium Enterprises of Niche Marketing Strategy. 7th International Academic Conference „State, Economy, Society”- Andrzej Frycz Modrzewsky Krakow University College, Poland (ISBN 978-83-89823-48-9)
8. Magyar Z. (2007): Niche marketing stratégiájú kis-és középvállalkozások funkcionális benchmarking vizsgálata eredményeinek, tapasztalatainak bemutatása. II. Pannon Gazdaságtudományi Konferencia, Veszprém (ISBN:978-963-9696-30-3) 29-35. p.
9. Magyar Z. (2007): A szolgáltatás marketing elemek megjelenítésének lehetősége a magyar bérivadászati ágazatban. „Tradíció és Innováció” Nemzetközi Tudományos Konferencia, Gödöllő, SZIE (ISBN 978-963-9483-85-9 CD-n kiadva)
10. Magyar Z. (2008): A „stratégia” értelmezésének vizsgálata az Észak-alföldi régió kisvállalkozásainak körében „Hagyományok és Új Kihívások a Menedzsmentben”- Nemzetközi Tudományos Konferencia. Debrecen (ISBN: 978-963-9822-08-5), 415-423. p.
11. Magyar Z. (2009): A Nyíregyházi Főiskola GTK marketing és marketing specializációk oktatásának jövőbeli perspektívái. „Új Marketing Kihívások a XXI. Században – Fenntartható fogyasztás”- Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 15. Jubileumi Konferencia. Kaposvár (ISBN: 978-963-9821-12-5)
12. Magyar Z. (2009): Fogyasztói elégedettségvizsgálat bemutatása a bérivadászati szolgáltatás példáján keresztül GAZDASÁG ÉS TÁRSADALOM – Nemzetközi konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából Sopron
13. Magyar Z. (2010): Kisvállalati marketingstratégiák kutatásának relevanciája. „Konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából” Nyíregyházi Főiskola

#### **IV. Hivatkozások (citációk)**

-