



Tárgytematika

Félév:	2025/26/2
Tárgynév:	Alprogram orientált ismeretek II. üzleti alprogram
Tárgykód:	PEDIECON141
Felelős szervezet neve:	Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola
Felelős szervezet kódja:	DIGDI
Tárgyfelelős neve:	Dr. Veres Zoltán

Oktatás célja:

A PhD kutatás tárgykörének tudománytörténete, főbb kutatási áramlatai, vitái stb. feldolgozása.

Tantárgy tartalma:

A kutatás témájának forráskutatása, kritikai szakirodalmi elemzése

Modellfejlesztés

A téma kutatómódszertani fókuszának változásai

Számonkérési és értékelési rendszere:

prezentáció

Mesterséges intelligencia eszközök használhatók anyagok gyűjtéséhez, fordításához, de nem használhatók tartalom generálásához, az önállóan megírandó anyagok elkészítéséhez.

Kötelező és ajánlott irodalom:



Tárgytematika

Félév:	2025/26/2
Tárgynév:	Alprogram orientált ismeretek II. üzleti alprogram
Tárgykód:	PEDIECON141
Felelős szervezet neve:	Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola
Felelős szervezet kódja:	DIGDI
Tárgyfelelős neve:	Dr. Veres Zoltán

Kötelező és ajánlott irodalom:

Fojtik – Veres: *A nagy túlélő*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012

Rekettye Gábor: *Az érték a marketingben*, MTA doktori értekezés, Pécs, 2002

Michalkó Gábor: *A turisztikai tér társadalomföldrajzi értelmezésének új dimenziói*, MTA doktori értekezés, Budapest, 2008

Wroe Alderson and Reavis Cox: Towards a Theory of Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. XIII No. 2 (October 1948), pp.137-152

Christian Grönroos (1981): Internal Marketing – An Integral Part of Marketing Theory, in: J. H. Donnellym Fr. & W. R. George (Eds.): *Marketing of Services*, American Marketing Association, Chicago, IL, pp. 236-238.

Stephen Brown (1993), Postmodern Marketing? *European Journal of Marketing*, Vol. 27 No. 4, pp.19-34

Philip Kotler - Sidney J. Levy: Broadening the Concept of Marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 83 (January, 1969). pp. 10-15.

George Ritzer: *The McDonaldization of Society*. Newbury Park, Cal.: Pine Forge Press, 1993

Stephen L. Vargo and Robert F. Lusch (2004), Evolving to a New Dominant Logic for Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 68 No. 1, pp.1-17

Alan R. Andreasen: „Social Marketing: Its Definition and Domain”, *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol. 13. No. 1 (Spring 1994), pp.108-1



Tárgytematika

Félév:	2025/26/2
Tárgynév:	Alprogram orientált ismeretek II. üzleti alprogram
Tárgykód:	PEDIECON141
Felelős szervezet neve:	Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola
Felelős szervezet kódja:	DIGDI
Tárgyfelelős neve:	Dr. Veres Zoltán

Készségek és kompetenciák

A kurzust teljesítő hallgatók elemzési, modellalkotási, érvelési és kommunikációs készségei egyaránt fejlődnek. Mindezek eredményeként továbbá a forrásháttér feltárásával a PhD hallgatók azonosítani tudnak kutatási réseket, fel tudják építeni a kutatási modellt, meg tudnak fogalmazni kutatási kérdéseket, hipotéziseket és javasolt kutatási módszereket a saját témájukhoz kapcsolódóan.