

Szakdolgozatvédelem – Kommunikáció- és médiatudomány (BA) szak

2012. január 17. 10.00, B-118; *Elnök:* Buzinkay Géza

Tagok: Barna Béla, Csépanyi Zsolt, Demeter Márton

Hallgató	Konzulens	Opponens	Szakdolgozat címe	jegy
1. Árvai Dániel	Demeter Márton	Barna Béla	Az orosz-grúz konfliktus és a pekingi olimpia megjelenése a televíziós hírekben	
2. Boros Péter	Viszlay Anita	Barna Béla	A Borsodchem Zrt. külső kommunikációja és felelős társadalmi szerepvállalása	
3. Kiss Adrienn	Borbás László	Barna Béla	Autósport a magyar televízióban – Rali témájú magazinműsorok elemzése	
4. Huszti Tamás	Demeter Márton	Buzinkay Géza	A média manipulálása	
5. Leskó Mátyás	Barna Béla	Buzinkay Géza	Mályi sajtótörténete és médiafogyasztási szokásai	
6. Nyisztor Mónika	Csépanyi Zsolt	Buzinkay Géza	Pályakezdő fiatalok felkészítése, álláskeresési technikák	
7. Bóczér Eszter	Pólya Tamás	Csépanyi Zsolt	A pszichológia szerepe a reklámok megtervezésében és kivitelezésében	
8. Kacsó Kinga	Martin József	Csépanyi Zsolt	A Miskolci Nemzetközi Operafesztivál hatékonysága	
9. Kisap Kinga	Martin József	Csépanyi Zsolt	A tömegmédiák hatása a fogyasztókra kialakulásuk tükrében	
10. Soós László	Hulyák-Tomesz Tímea	Barna Béla	Befolyásolás a televíziós reklámokban. Gépkocsi reklámok meggyőző eszközei – a Nissan reklámjai	
11. Szabadkai Eszter Erzsébet	Herzog Csilla	Barna Béla	Az X-faktor sikerének nyomában	
12. Kaló Adrienn	Andok Mónika	Barna Béla	A televíziós szappanoperák sikerének titka két népszerű sorozat elemzésének tükrében	
13. Szarvas Adrienn	Széchenyi Ágnes	Buzinkay Géza	A riport a nyomtatott magyar bulvársajtóban	
14. Tarnóczy Gábor	Martin József	Buzinkay Géza	Kristóf Attila újságírói munkássága	
15. Varga Zsoltné Farkas Lilla	Martin József	Buzinkay Géza	Internetes portálok szerepe, hatása a tömegtájékoztatásban	
16. Papp Emese	Pólya Tamás	Demeter Márton	A mandulaszemek és a kimonók világában. A gésák kommunikációja	
17. Perényi Lilla	Csépanyi Zsolt	Demeter Márton	A női és férfi fogyasztói szerepek a marketingben	
18. Jani Mirjana	Barna Béla	Demeter Márton	A tömegkommunikáció hatásai, avagy a sorozatfüggőség	
19. Lőrincz György	Viszlay Anita	Csépanyi Zsolt	A Budapest Bank Nyrt. tevékenységének bemutatása marketing-PR szemszögéből	
20. Nagy Gabriella	Barna Béla	Csépanyi Zsolt	A Helios Panzió turisztikai kommunikációja	
21. Sempergerné Mokri Enikő	Dobiné Bálint Katalin	Csépanyi Zsolt	A kamarák szerepe a társadalmi felelősségvállalásban	
22. Kudar Zsolt	Csépanyi Zsolt	Barna Béla	A fotó megjelenése és szerepe a reklámban	
23. Fügedi Péter	Csépanyi Zsolt	Barna Béla	Keresőmarketing az interneten	
24. Erdei Tamás	Barna Béla	Demeter Márton	A jelnyelv. Küzdelem, melyet egy kisebbség nyelve elismeréséért vívott	
25. Tóth Mária	Csépanyi Zsolt	Demeter Márton	Szeghalom város önkormányzatának felépítése és kommunikációja	
26. Dányi Tamás	Pólya Tamás	Demeter Márton	A valódi vokális szóbeliség megjelenése az írott beszélnyelviség kommunikációs közegében	
27. Jakus Ágnes Anikó	Martin József	Buzinkay Géza	Újságírói szerepértelmezések a rendszerváltás után	
28. Baranyai Barbara	Herzog Csilla	Csépanyi Zsolt	A tömegkommunikációs eszközök hatása a 12-14 éves gyerekek szabadidős tevékenységére	
29. Hotye Andrea	Csépanyi Zsolt	Demeter Márton	A CIB Bank belső kommunikációja	
30. Tóth Zoltán	Hulyák-Tomesz Tímea	Demeter Márton	Férfiak és nők kommunikációja az arab világban – muzulmán nők helyzete az iszlámban	
31. Verebélyi Márta	Pólya Tamás	Demeter Márton	A buddhisták médiakommunikációja Magyarországon	