

## Hírek

### **Sikeresen szerepeltek a kolozsvári közgazdász hallgatók Győrben**

2009. február 6–8. között hetedik alkalommal rendezte meg a győri Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Közgazdász Szakkollégiuma a nemzetközivé vált Országos Pénzügyi Esettanulmány Versenyt. A 22 magyar nyelvű felsőfokú közgazdasági képzéssel foglalkozó intézmény egyetemista csapatai között a Babeş–Bolyai Tudományegyetem Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának csapata az idén is a második helyezést érte el, a tavalyitól eltérő csapattal. Az első helyet a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karának csapata, míg a harmadikat a győri Széchenyi István Egyetem csapata nyerte meg. Az idei második helyezett kolozsvári csapat tagjai a kar magyar tagozatán tanuló Bálint Tamás, Barok István, Hajdú Katalin és Lőrinczi Attila voltak. A kolozsvári csapat felkészülését Juhász Jácint adjunktus és Györfy Lehel tanársegéd koordinálta.

A versenyben a csapatok két fordulóban bizonyították, hogy az egyetemen elsajátított tudást gyakorlati, valós vállalati problémák megoldásában alkalmazni tudják. *(Horváth Réka)*

\*\*\*

**Kistérségek – nagy remények** témával 2009. január 29-én szervezett nemzetközi konferenciát a Corvinus Egyetem székhelyén (Budapest, Fővám tér 8.) az egyetem Közgazdaságtudományi kara.

A konferencia első felében a résztvevők a szakfolyóiratok közötti együttműködés lehetőségeiről és teendőiről tárgyaltak. A *Köz-Gazdaságot* Trautman László, a Közgazdaságtudományi kar dékánja, a *Közgazdász Fórumot* Somai József, a lap főszerkesztője, a *Civil Fórumot* Csáky Rozália, a lap főszerkesztője és a *Korunkot* Cseke Péter szerkesztő mutatta be. Megegyezés született a folyóiratok szerkesztői közötti folyamatos együttműködést illetően.

A konferencia folytatásaként az erdélyi előadók a következő előadásokat tartották: Bodó Barna, a Kolozsvári Sapientia Egyetem docense: *Kistérség – a politika és közigazgatás szorításában*; Somai József, a Romániai Magyar Közgazdász Társaság tiszteletbeli elnöke: *A szövetkezetesítés paradoxonjai Erdélyben*; Balogh Márton, a Kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetem adjunktusa: *Az interkommunalitás romániai bevezetésének problémái*; Csáky Rozália, az ERMACISZA elnöke: *Európai programok – vidéki közösségek*.

A szakfolyóiratok tapasztalatcseréje és az együttműködés szándékának kifejezése mellett a konferencia tárgya volt a vidékfejlesztés romániai és magyarországi helyzetének összehasonlítása, értékelése és jövőképeinek kialakítása, különös figyelmet szentelve a kistérségek szervezési formáinak jövőbeni hatékonyságára. *(Muntean Andrea Erzsébet)*

**Korszerű gazdasági oktatásért** (Módszertani képzés Aradon és Csíkszeredában)

A Romániai Magyar Közgazdász Társaság a Szülőföld Alap támogatásával képzést szervez középiskolai oktatók számára az Aradi Csiky Gergely Iskolaközpontban 2009. március 6–8. között és április hónap folyamán (később pontosítunk) Csíkszeredában, a gazdasági kultúrára való nevelés módszertanának megismerése és ismereteik bővítése céljából, modern gyakorlati módszerek segítségével *Korszerű gazdasági oktatás – a vállalkozói kompetencia fejlesztésének módszertana* címmel.

A jól képzett szakemberek hatékony munkája a középiskolai oktatásban, az ismeretek átadásában, kompetens és versenyképes egyén kinevelése érdekében csak akkor lehet eredményes, ha maga az oktató is többoldalúan képzett.

Hogyan alakíthatunk ki a gazdasági életben jól tájékozódó, helyes döntéseket hozó, cselekvő személyiségeket? Az erre a kérdésre adandó válasz rendkívül bonyolult. Ezért fontos, hogy a gazdasági kérdéseket tanító tanár minél jobban elmélyítse elméleti és módszertani tudását. Így lehetővé válik, hogy, életközelségbe hozva a gazdasági ismereteket, minél jobban hozzájáruljon a gazdasági kompetencia kialakításához.

A képzésen többek között Bokros Lajos, a budapesti Közép-európai Egyetem hírneves professzora, a jelenkori pénzügyi-gazdasági válság hazai és nemzetközi vonatkozásait elemzi. Az ismeretek segítik a tanárokat, hogy életközelségbe hozzák a válság lényegével kapcsolatos információkat, a krízismegoldásokat. Továbbá a helyzetelemzések, esettanulmányok, válságterv, a kommunikációs helyzetgyakorlatok, sajátos esettanulmányok bemutatása a módszertani tudás elmélyítéséhez járulnak hozzá. Ezek birtoklása lehetővé teszi a hatékonyabb oktatás megvalósítását a különböző gazdasági tárgyak esetében. Az új kommunikációs technikák alkalmazása az oktatási, nevelési munkában hozzájárul a tanulók prezentációs képességének a fejlesztéséhez.

A 20 órából álló ingyenes kurzus azokhoz szól, akik nyitottak a modern oktatási kérdések irányában, akiket érdekel a világ gazdaságának alakulása, valamint a hatékonyabb oktatáshoz szükséges módszertani tapasztalat.

Az előadások sorrendje: A gazdasági kultúrára való nevelés (Somai József); A gazdasági kompetencia kialakításának és fejlesztésének módszertana. Esettanulmány (Páll Gyöngyvér); Lehet-e világgazdasági válság? (Bokros Lajos); Kommunikációs kompetencia fejlesztése tranzakcionális analízis segítségével (Albert Júlia); Menedzseri magatartásformák kialakításának és fejlesztésének technikája (Csépi Sándor); Önismeret és önmenedzselés (Kovács Zoltán); Iskolamenedzselés pénzügyi válság idején (Tőkés Elek). A képzésen való részvétel után minden résztvevő igazoló iratot kap az RMKT részéről. (Csomafáy Ferenc)

\*\*\*

---

### **IX. Kolozsvári Magyar Üzletemberek Estje**

IX. alkalommal került megrendezésre a Belvedere Szállóban az immár hagyományosnak számító RMKT-rendezvény, a Kolozsvári Magyar Üzletemberek Estje, ezúttal közös szervezésben a Kárpátia Magyar–Román Kereskedelmi és Iparkamarával (MRKIK). Az est Colțea Tibor RMKT-elnök és Radetzky Jenő MRKIK-elnök ünnepélyes köszöntőivel kezdődött, majd ezt követte az OTP Bank Románia területi képviselőjében Demeter Attila előadása az idejéi hitellehetőségekről. A Tipoholding nyomdai cégcsoport részéről Colțea Tibor rövid értekezése következett a kis- és középvállalatok számára elérhető válságkezelési modellekről. Az est programjának folytatásaként a Quadro Galéria képauciója keretében a kultúra is teret kapott. Feledhetetlen pillanatokot szerzett Belloni bűvész produkciója és a kolozsvári konzervatórium vonósnégyes játéka. A találkozóról elmondhatjuk, hogy egy jó hangulatú és termékeny eseményt sikerült szerveznünk, amely megerősített abban a tudatban, hogy a hasonló rendezvényeknek van legitimitásuk az erdélyi magyar üzletemberek körében. (*Muntean Andrea Erzsébet*)

\*\*\*

### **Támogassuk személyi jövedelemadónk 2%-ával a magyar civil szervezeteket!**

**Ez évtől kezdődően a Romániai Magyar Közgazdász Társaság a jövedelemadóból felajánlott 2%-os összeget ösztöndíjra fordítja, s ezzel támogatja a közgazdasági karon tanuló egyetemi hallgatókat**

**A 2003/571-es sz. adóügyi törvény (2004/138-as sz. H. K.) 84. cikkelyének 2. bekezdése újabb forráslehetőséget biztosít a civil szervezetek számára, mely a tagság, illetve a szimpatizánsok hozzájárulásán alapszik. E törvényt kihasználva, bármely adóköteles személy hozzájárulhat tevékenységünk előrelépéséhez, ugyanis a törvény alapján minden személy saját maga rendelkezhet az évi jövedelemadójának 2%-áról, melyet nonprofit szervezetek támogatására fordíthat. Az összeg kiszámítása, levonása és átutalása az illetékes pénzügyi szerv kötelessége.**

Az adórendszerben történő változások miatt az alkalmazottak nem kötelesek bevallani a fizetésből, díjazásból származó jövedelmüket. Két típusú űrlap van, a 203-as, mely csak azokra a személyekre vonatkozik, akik jövedelme fizetésből származik, és a 200-as, melyet azoknak kell kitölteni, akiknek a jövedelmük mellett más jövedelmi forrásuk is van (szerzői jogdíj, bérbeadás, mezőgazdasági tevékenység stb). Miért jó, hogy éljünk ezzel a jogunkkal? Nem kerül semmibe, maximum tíz perc az űrlap kitöltése; hozzájárulunk a közpénz hatékony elköltéséhez, a magyar közösségi problémák megoldásához és környezetünknek, annak a helységnek, közösségnek a

fejlődéséhez, ahol lakunk; segíthetünk azokon a személyeken, akik rászorulnak, támogatva olyan szervezeteket, melyek velük foglalkoznak.

Mit kell tenni ahhoz, hogy rendelkezzen adója 2%-ával? Először is ki kell választania azt a civil szervezetet, melyet támogatni szeretne, a második lépés a szervezet adatainak a megszerzése, továbbá ki kell tölteni az adóbevallási űrlapot és el kell postázni a Megyei Pénzügyhöz. Ennyire egyszerű, mégis ily módon nagymértékben hozzájárulhat a romániai magyar társadalom fejlesztéséhez.

A kitöltendő űrlap megtalálható a [www.rmkt.ro](http://www.rmkt.ro) honlapon, illetve a [www.doilasuta.ro](http://www.doilasuta.ro) honlapon.

Ne feledje! Ez az összeg nem adományozást jelent, hanem közvetlen döntési lehetőséget kínál az állami költségvetés egy része felett, mely által minden egyes adóköteles személy átirányíthatja adója 2%-át egy civil szervezetnek.

**Társaságunk adatai**

**Megnevezés: Asociația Economiştilor Maghiari din România**

**Cím: 400440 Cluj Napoca, str. Aurel Suceiu nr. 12, jud. Cluj**

**Adószám: 6316895**

**Bankszámlaszám: RO44 OTPV 2000 0016 3859 RO01**

**Bank: OTP Cluj**

**Támogatását, mellyel Ön is hozzájárul a közigazdászok közös céljának eléréséhez, előre is köszönjük!**

*(Muntean Andrea Erzsébet)*

---

---

## Rezumate

### Procesul de consultanță

**JÓZSEF POÓR – ZSUZSA F. KURUCZ**

Scopul articolului este prezentarea generală a procesului de consultanță. În articol trecem în revistă, între altele, următoarele subiecte: procesul specific al activității de consultanță și caracteristicile pașilor de urmat în procesul de consultanță. Prezentăm esența acestor pași atât din perspectiva consultantului, cât și din perspectiva beneficiarului. De asemenea, descriem și problemele specifice ale relației dintre consultant și beneficiar.

**Cuvinte cheie:** consultanță, managementul clienților, strategii de globalizare, planificarea schimbării, evaluarea consultanței.

\*\*\*

### Posibilitățile de aplicare a analizei rețelelor sociale în viața unei organizații

**ERVIN TAMÁS**

Prezentul articol caută răspunsul la întrebarea următoare: Ce fel de oportunități noi sunt date de analiza rețelelor sociale în cercetarea formării, conducerii și funcționării unei organizații? Prima dată sunt prezentate cele mai importante teorii și metode, iar după aceea acele teritorii (structura organizațională, rețele de comunicații, examinarea prestigiului) unde acest tip de analiză poate fi aplicat pentru creșterea nivelului de eficacitate în viața unei organizații.

**Cuvinte de cheie:** analiza rețelelor sociale, structura organizațională, consultanță de rețea, dinamica networkului, rețele de comunicații, prestigiu.

\*\*\*

### Importanța strategiei de marcă umbrelă

**ATTILA SZŐCS**

În literatura legată de strategia de marcă ne putem întâlni cu tendințe noi, care au formulat nevoia de a trece de la strategia de marcă individuală la strategia de marcă umbrelă. Potențialul de integrare a mărcii umbrelă îi conferă valoare strategică. De la începutul anilor 90 managerii definesc marca la un nivel de

---

abstracție mai înalt (Aaker 1996), ca asocierea dintre cultura de firmă, oferta și sistemele de relații (Chernatony 2002).

În opinia lui Chernatony (2002) firmele ar trebui să treacă de la costisitoare și complexa strategie de marcă individuală la strategia de umbrelă, iar Aaker și Joachimstahler (2000) au preconizat că trecerea de la marca individuală la aplicarea strategiei marca umbrelă se va realiza în viitor. Într-adevăr există foarte mulți factori care determină această tendință: structuri de piață complexe, concurența ageră, distribuție dinamică și structuri a hierarchiei de marcă tot mai complexe care sunt foarte greu de administrat. Cu toate că importanți cercetători și specialiști (Balmer, Olins, Chernatony) consideră acest trend unul real, nu putem accepta în totalitate această viziune asupra viitorului. În concordanță cu rezultatele cercetării lui Laforet și Saunders (2005) putem fi martorii unui trend opus celui menționat mai sus. Cei care accentuează importanța strategiei de marcă umbrelă nu iau în considerare că în cazul unor linii complexe de produs nu este în fiecare caz întemeiat aplicarea strategiei de marcă umbrelă. Majoritatea firmelor folosesc o strategie de marcă mixtă, iar numărul mare a fuziunilor și a globalizării vor determina folosirea la scară largă a acestor strategii de marcă mixte.

**Cuvinte cheie:** marca, construirea mărcii, renume, strategia de marcă, brand management.

\*\*\*

### **Analiza cost-beneficiu a proiectului Autostrada Transilvania-Nord**

#### **IMRE SZÉKELY – LEVENTE ISTVÁN SZÉKELY**

Din punct de vedere al dezvoltării economice al României, realizarea proiectului Autostrăzii Transilvania are o importanță deosebită. Datorită faptului că și la nivelul societății resursele materiale sunt limitate, sunt importante deciziile de alocare a acestor resurse. Acest studiu propune analiza proiectului cu metoda cost-beneficiu.

Beneficiile identificate și exprimate în unități monetare sunt: timpul economisit în transportul de persoane, timpul economisit în transportul de marfă, generarea de creștere economică suplimentară (în vecinătatea autostrăzii și în alte zone învecinate). Costurile identificate și cuantificate sunt: costuri de construcție, achiziționare de terenuri, cheltuieli de funcționare, cheltuieli privind mediul, cheltuieli privind accidentele rutiere, cheltuieli legate de agricultură.

Indicatorii ne arată că valoarea actualizată netă a proiectului în anul 2008 este de 2,87 miliarde euro, cu o rată internă de rentabilitate de 10,6%. Am analizat și ipoteza dublării costurilor de construcție. Și în acest caz valoarea netă actualizată a

---

proiectului este pozitivă, 642 milioane euro și IRR=6,7%. Limita maximă a costurilor până la care este eficient a realiza acest proiect este de 5,52 miliarde euro.

**Cuvinte cheie:** analiza cost-beneficiu, valoare actualizată netă, rata internă de rentabilitate, autostrada Transilvania-Nord.

---

---

## Abstracts

### The Process of Consultancy

JÓZSEF POÓR – ZSUZSA F. KURUCZ

---

The aim of the paper is to present a general view of the process of consultancy. Within the paper, we discuss, among others, the following topics: the specific process of consultancy and the characteristics of each step of this process. We present the essence of these steps from both the point of view of the consultant and the beneficiary. We also discuss the specific problems of the relationship between the consultant and the beneficiary.

**Keywords:** consultancy, client management, globalization strategies, planning of change, valuation of consultancy.

\*\*\*

### Application Possibilities of Social Network Analysis in the Life of an Organization

ERVIN TAMÁS

---

This article tries to find the answer to the following question: What kind of new opportunities are given by the social network analysis for the research of the formation, guidance and operation of an organization? First, I present the most important theories and methods and after that I point to those territories (organizational structures, communication network, prestige examination) where this type of analysis can be applied in order to increase the efficiency of the organization.

**Keywords:** social network analysis, organization structure, network consultation, network dynamics, communication network, prestige.

\*\*\*

### The Importance of Corporate Brand Strategy

ATTILA SZŐCS

---

In the brand strategy literature Chernatony (2002) has been formulated the need of switching from product line branding to corporate branding strategy.

The integrative potential of corporate branding makes it strategically valuable. From the beginning of the nineties managers are defining brands at a higher level

---



---

of abstraction (Aaker 1996), and the potential of corporate branding is becoming highly recognized (Chernatony 2002).

Aaker and Joachimstahler (2000) predicted the switching from product line branding to corporate branding. It is true, that there are a lot of factors that are favoring this trend: complex market structures, aggressive competition, dynamic distribution and complex brand hierarchies that are very complicated to be administrated. In spite of the fact that important scholars and specialists (Balmer, Olins, Chernatony) are considering this trend an existing trend, we cannot accept this vision on the future of brand strategy. According to Laforet and Saunders (2005) there are signs of an intensifying trend which is not in concordance with the above predictions. The majority of firms are using mixed brand strategies, and because of the growing number of mergers and acquisitions, and globalization the mixed strategies will be used on intensively.

**Keywords:** corporate branding, branding, fame, branding strategy, brand management.

\*\*\*

### **The Cost-benefit Analysis of the North Transylvanian Highway**

**IMRE SZÉKELY – LEVENTE ISTVÁN SZÉKELY**

---

From the point of view of Romania's economic development, the achievement of the Transylvania Highway project is of great importance. Due to the fact that, on society level, material resources are limited, the decisions of allotting these resources are important. This study proposes a project analysis, based on the cost-benefit method.

The benefits identified and expressed in currency units are the following ones: the saving of time in what the transport of persons is concerned, the time saved in what the transport of merchandise is concerned, generating supplementary economic growth (in the neighbourhood of the highway and in other neighbouring zones). The costs identified and quantified are the following ones: building costs, land acquisition costs, functioning costs, environment costs, traffic accident costs, agriculture-related costs.

Indicators show us that the net present value of the project in the year 2008 is of 2,87 billion euro, with an internal rate of return of 10,6%. We have also analysed the hypothesis of doubled building costs. In this case, too, the net present value of the project is positive, 642 million euro and an internal rate of return equal to 6,7%. The upper cost limit for this project to be worth achieving is of 5,52 billion euro.

**Keywords:** Cost-benefit analysis (CBA), net present value (NPV), internal rate of return (IRR), Nord-Transylvania Highway.

---



---

## Cuprins

**JÓZSEF SOMAI**

Orbán Balázs, a „legnagyobb székely” születésének emlékezete (memento) . . . . 3

**JÓZSEF POÓR – ZSUZSA F. KURUCZ**

Procesul de consultanță . . . . . 5

**ERVIN TAMÁS**

Posibilitățile de aplicare a analizei rețelelor sociale în viața unei organizații . . . . 23

**ATTILA SZÓCS**

Importanța strategiei de marcă umbrelă . . . . . 31

**IMRE SZÉKELY – LEVENTE ISTVÁN SZÉKELY**

Analiza cost-beneficiu a proiectului Autostrada Transilvania-Nord . . . . . 47

**CSABA PÁSZTOR**

Noutăți în legislația economică și financiară . . . . . 55

Evenimente economice importante (Ferenc Csomafáy) . . . . . 57

Comunicări . . . . . 65

Rezumatele studiilor în limba română și engleză . . . . . 69

---



---

## Contents

**JÓZSEF SOMAI**

Orbán Balázs, a „legnagyobb székely” születésének emlékezete (mementó) . . . . 3

**JÓZSEF POÓR – ZSUZSA F. KURUCZ**

The Process of Consultancy . . . . . 5

**ERVIN TAMÁS**

Application Possibilities of Social Network Analysis in the Life of an  
Organization . . . . . 23

**ATTILA SZŐCS**

The Importance of Corporate Brand Strategy . . . . . 31

**IMRE SZÉKELY – LEVENTE ISTVÁN SZÉKELY**

The Cost-benefit Analysis of the North Transylvanian Highway . . . . . 47

**CSABA PÁSZTOR**

Novelties in the Field of Economical and Financial Law . . . . . 55

Important Economic Events (Ferenc Csomafáy) . . . . . 57

News . . . . . 65

Abstracts in Romanian and English . . . . . 69

---



---

## Számunk szerzői

**Farkasné Kurucz Zsuzsa**

egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar

**Poór József**

egyetemi professzor, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar

**Székely Imre**

egyetemi tanársegéd, doktorandusz, Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, Kolozsvár

**Székely Levente**

doktorandusz, Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, Kolozsvár

**Szőcs Attila**

egyetemi adjunktus, Sapientia Tudományegyetem, Csíkszereda

**Tamás Ervin**

mesteris hallgató, Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, Kolozsvár

---





## Közlési feltételek

A *Közgazdász Fórum* gazdasági szaklap havi rendszerességgel jelenik meg, és 2007-ben elnyerte a B + minősítési kategóriát. Javítani szeretnénk mind a tartalom, mind a kivitelezés színvonalán, jelen tájékoztató is ezt a célt szolgálja.

Kérjük Önt mint munkatársat, hogy az alábbi követelmények szerint készítse el dolgozatát:

1. A szerkesztőség a gazdaság területén elvégzett kutatás következtetéseit, gyakorlati vagy elméleti újdonságokat tartalmazó dolgozatokat, szakmai vitaanyagot, gazdaságszociológiai felmérések elemzését összefoglaló anyagokat, kutatói és tudományos rendezvényeket ismertető beszámolókat, könyvismertetőket fogad el közlésre.

2. A dolgozatot számítógépes word állomány formájában kérjük, a megírásakor használjon 12-es normál Times New Roman betűtípust, terjedelme minimum 15 000, maximum 35 000 leütés lehet (beszámolók, könyvismertetőik esetében maximum 20 000 leütés).

3. *Kiemelésre italic stílust használjon, tegye dőltbe* a kiemelendő szavakat vagy gondolatokat, és ne használja sem a bold stílust (kövér, félkövér), sem az aláhúzást, sem a verzált (nyomtatott), sem a kiemelendő szó betűi közé tett szóközt. Idézőjellel kizárólag idézeteket emeljen ki, amelyre a magyar macskakörmöket használja, mégpedig idézet kezdetekor lent („), a végén pedig fent (”). Kiemelést csak indokolt esetben használjon. A kiemelt szavakat todalékokkal együtt kurziválja.

4. Művek, folyóiratok címét mindig dőlttel emelje ki, és nem idézőjellel. Címek esetén a todalékokat normál, álló betűtípussal tapassza a címhez.

6. A dolgozat címeit, alcímeit, al-alcímeit bold stílussal különítse el a szöveg egészétől.

7. Az új bekezdéseket enterrel jelölje (nem tabbal vagy sorkihagyással, s nem szóközzel).

8. A szó és írásjelek között (pont, vessző, pontosvessző, kettőspont, felkiáltójel, kérdőjel) nincs szóköz, csak az írásjelek után.

9. A számok esetében a 0 (tehát a nullás) helyett ne használjon O betűt. A számokat szövegben 10 000-en felül hátulról számolva hármassal tagoljuk, mégpedig szóközzel és nem pontokkal, pl. 18 325 655. A számokat 9999-ig nem tagoljuk, tehát nem használunk szóközt. A táblázatot Word formátumban kérjük. (Xeroxot, fotót, webmásolatot nem fogadunk el.)

10. Amennyiben egy *táblázatban* egymás alatt szerepelnek ezres, illetve tízezres vagy annál nagyobb számok, az 1000 és 9999 közötti számokat is tagoljuk. A táblázatnak mindig legyen címe a táblázat fölött és forrása a táblázat alatt. Vigyázat: táblázatban egyesek egyesek alá, tízesek tízesek alá, tizedesvessző után szintén. Íme egy példa, egy fiktív táblázat:

1. táblázat. A feketeteretek begyűjtése tonnában számolva

Értékesítés éve	Hónap		
	Március	Május	Szeptember
2000	20 000	22 500	1 150 660
2001	9 000,05	6 560	256 980
2002	9 000,5	6 560,55	256 980,565

Forrás: Fekete Lajos: *Növénytermesztés* II. kötet. Dubai, Klorofill Kiadó, 342.  
(Vagy pedig) Forrás: saját szerkesztés

A táblázatot ne színezzé, Autoformat-ot se használjon, mert azzal nehezíti a tördelő munkáját. Ajánlott a fentihez hasonló egyszerű változat, a fejléc pedig automatikusan a kiadványra jellemző szintet kapja. Bonyolultabb (a fenti példánál több sort és oszlopot tartalmazó) táblázatokat kérjük Excel-állományként is mellékelni. A táblázat kigondolásakor legyen tekintettel a kiadvány méreteire (130/190mm – kihasználható felület).

Excelben készült *grafikon* esetén kérjük, mellékelve küldje el az eredeti Excel-állományt. A képformátumban továbbított grafikon vagy bármilyen más ábra fehér-feketében kerül majd a lapba, ezért vegye figyelembe, hogy ilyen formában is értelmezhető legyen. Ez esetben a word dokumentum mellett (amely az ábrát kicsinyített formában a szerző által meghatározott helyen már tartalmazza) kérjük, küldje el elektronikus formában az eredeti képet a lehető legjobb minőségben (ajánlott formátumok: \*.jpg, \*.tif). A CorelDRAW vagy Photoshop programmal készített ábrákat is küldje el az eredeti formátumban (\*.cdr illetve \*.psd).

11. Jegyzetek készítésekor válasszuk a lábjegyzetelést, és használjuk a számítógépes automata jegyzetelést az 1,2,3... jelzéssel. Amennyiben csak a hivatkozás helyét adja meg, ezt ne tegye lábjegyzetbe, hanem kerek zárójelben tüntesse fel azt, a következők szerint: szerző családneve és a megjelenés éve, és ha indokolt, akkor oldalszám is. Pl: (Gyerőffy 1997. 55).

12. *Irodalomjegyzék* készítésekor alkalmazzuk az évszámkiemelő bibliográfiát:

Szereb Antal 1994. *A magyar irodalom története*. 11. kiadás. Budapest, Magvető Kiadó  
Amennyiben két vagy több szerzője van a könyvnek, ezek neveit nagybetűjellel kapcsoljuk össze. A cím után – ha van ilyen – feltüntetjük a kötet számát.

Katona Imre – Ortutay Gyula (szerk.) 1975. *Magyar népdalok*. 1–2. kötet. Budapest, Szépirodalmi Kiadó

Az alcímeket nem kurziváljuk. A tanulmánykötetben való megjelenést In-nel jelöljük.

Hajnal István 1986. A kis nemzetek történetírásának munkaközösségéről. In Ring Éva (szerk.): *Helyünk Európában*. Nézetek és koncepciók a XX. századi Magyarországon. 1. kötet, Budapest, Magvető, 624–645.

Folyóiratban való megjelenést ugyanerre a mintára jelölünk, In nélkül:

Kiss Péter 1990. *Századvég*, VI. évf. 2. sz. 229–235.

13. Mivel a B+ kategóriának egyik fontosabb követelménye az idegen nyelvű kivonat, kérjük csatoljon dolgozatához minimum 10, maximum 20 soros román (külföldi szerzőkre ez nem érvényes), illetve angol nyelvű kivonatot, mely a dolgozat fő téziseit és a dolgozat 5–10 kulcsszavát tartalmazza.

14. A szerzők a dolgozatukkal együtt 5–10 kulcsszót is kötelesek beküldeni.

---

15. Plágiumnak minősül, ha egy szerző egy másik szerző szövegének részét vagy egészét, illetve más szerző ötleteit, elméleteit a forrás pontos és nyilvánvaló megjelölése nélkül, saját szellemi termékeként tünteti fel, illetve teszi közzé. A plágium a szerzői jogok megsértése, más szellemi termékének jogtalan felhasználása.

– Plágiumnak minősül a pontos, oldalszámossal ellátott, szó szerinti idézet, illetve a forrás, évszám megjelölése nélküli, de nem szó szerint átvett tartalom.

– Plágiumnak minősül továbbá az is, ha a hivatkozott tartalom meghaladja a kézirat szövegének 30%-át (önhivatkozásokat is beleszámítva),

– Plágium esetén: a kézirat visszautasításra kerül; csak átdolgozás után nyújtható be újra, legkorábban egy évvel a plágiumnak minősített kézirat leadását követően. Ez alatt az egy éves időszak alatt a kézirat szerzője egyedül vagy társszerzőkkel együtt nem jelentethet meg tanulmányt a Közgazdász Fórumban.

– Egy kézirat plágiumnak minősítéséről a Főszerkesztő és a Főszerkesztő-helyettes dönt a szaklektori vélemény alapján.

16. A Közgazdász Fórum nem közöl olyan tanulmányt, amely kizárólag internetes honlapokra hivatkozik. Az internetes hivatkozások esetén a hivatkozott weboldal pontos struktúráját kell megadni a teljes elérési úttal (alkönyvtárakkal) együtt, illetve a weboldalon szereplő szerzőt. Továbbá fel kell tüntetni a weboldal letöltésének pontos dátumát is.

---