

Apa módszer: alapok

Hogyan is hivatkozunk szöveg közben?

- Amennyiben a szerző vezetéknevét a mondat megfogalmazásában szerepelteti, a szerzőt követően a kiadás évét kell csak zárójelbe tenni. Pl.: ... a turizmus alakulásában **Lengyel (2004)** külön is kihangsúlyozza.
- Ha a gondolatsor vagy a bekezdés végén hivatkozik, a szerző vezetéknevét és a kiadási évet is vesszővel elválasztva zárójelbe kell tenni. Pl.: ... jelentős szerepet játszik **(Lengyel, 2004)**.
- Szó szerinti idézésnél az idézőjelben található gondolatsor vagy bekezdés végén a szerző vezetékneve, a mű kiadási éve és az oldalszám – ahonnan az idézet származik – a zárójelek között van feltüntetve. Pl.: „Új közlekedési lehetőséget a mélytengeri gőzhajózás megjelenése nyújtott a turisták számára” **(Lengyel, 2004, p. 27)**.
- Két szerző esetén mindkét szerző vezetéknevét feltüntetjük pl.: **(Fehér & Kóródi, 2008)**, több szerző esetén csupán az elsőt, és utána et al. rövidítést használunk pl: (Dávid, et al., 2007)
- Kereszthivatkozásról akkor van szó, amikor a felhasznált mű szerzője mástól vesz át gondolatot pl.: **(Cummings & Huse, 1989, hivatkozva Bokor et al., 2007)**

Szöveg közbeni hivatkozás

„A márka olyan szimbolikus és fizikai tulajdonságok összessége, melynek feladata termékek és szolgáltatások egy gyártóval való azonosítása, azoknak más termékektől való megkülönböztetése és a pozicionálásban meghatározott értékek képviselése” **(Bauer, 2016, p. 17.)**.

A márkázás fogalmát pedig **Kotler és Keller (2012)** már úgy fogalmazzák meg, hogy a márka vonzerejével megtestesítenek bizonyos termékeket, aminek segítségével meg lehet különböztetni őket más, de mégis hasonló termékektől. Régebben még nem volt olyan fontos, hogy egy-egy terméket márkák alapján különböztessenek meg, ehelyett a származási hely volt lényeges ilyen tekintetben **(Bauer, et al., 2014)**.

A márkakommunikáció egy adott vállalat marketingkommunikációjának része, amelyet viszont csupán a márka szempontjából hajtanak végre, hogy az adott márka értéke önállóan is növekedni tudjon **(Nádasi, 2013)**.

Ma már a márka marketingjének fontos része a kockázatok kezelése is, illetve a rizikók kiszűrése **(Bajai, 2019)**.

Milyen adatok kellenek?

Szöveg közbeni hivatkozáshoz elegendő a **szerzőségi adat** (vezetéknév, vagy szervezet neve) és a mű **kiadásának éve**.

Irodalomjegyzék készítéséhez már több információra lesz, az alábbi kérdések segíthetnek, hogy mire is pontosan:

- **Ki készítette?** - Szerzőség (szerző vagy szervezet)

- **Mikor jelent meg?** - Kiadási év vagy online publikációjának ideje

- **Mi a címe?** - Könyv, újságcikk, online anyag címe

- **Hogyan találd meg ismét?** - Kiadó vagy újság neve + évfolyam + szám vagy online formátumnál az URL

Elkészült irodalomjegyzék

Bajai, E. (2019). Márkák és a rizikó. *Trade magazin*, 14(4), 102-103.

Bauer, A. (2016). A márka fogalma. In A. Bauer & K. Kolos (Eds.), *Márkamenedzsment* (pp. 17-34). Akadémiai Kiadó.

Bauer, A., Berács, J. & Kenesei, Zs. (2014). *Marketing alapismeretek*. Akadémiai Kiadó.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketingmenedzsment*. Akadémiai Kiadó.
https://mersz.hu/hivatkozas/dj183m_book1#dj183m_book1

Nádasi, K. (2013). Márkakommunikáció. In Horváth, D. & Bauer, A. (Eds.), *Marketingkommunikáció – Stratégia, új média, fogyasztói részvétel* (pp. 135-163). Akadémiai Kiadó.

Gyorstájékoztató az APA módszerhez

Nyomatott dokumentumok		Ki készítette?	Mikor adták ki?	Mi a címe?	Hogyan találo- d meg?	Példa
	Könyvek	Szerző(k).	(Kiadás éve).	<i>A könyv címe.</i>	Kiadó neve.	Sztanó, I. (2022). <i>A számvitel alapjai</i> . Perfekt.
	Könyvfejezet	Szerző(k).	(Kiadás éve).	Fejezet címe.		Szöllősi, E. (2016). Pálinkaturizmus - A pálinka helye és szerepe a hazai gasztronómiában és turizmusban. In T. Rátz & B. Füreder (Eds.), <i>Gasztronómia és turizmus: válogatott tanulmányok</i> (pp. 89-109). Kodolányi János Főiskola.
		A könyv szerkesztője. (Ed.)		<i>Könyv címe</i> (oldalszám).	Kiadó neve.	
	Cikkek	Szerző(k).	(Kiadás éve).	A cikk címe. <i>Az újság címe,</i>	<i>Évfolyam</i> (szám), oldalszám(ok).	Szabó, B. (2024). Ez a jövő? Megdőböntő innovációk az élelmiszeriparban. <i>Termékmix</i> , 32(1-2), 18-20.
Elektronikus dokumentum	E-könyv	Szerző(k).	(Kiadás éve).	A könyv címe	Kiadó. URL	Bencsik, A. (2016). <i>A tudásmenedzsment elméletben és gyakorlatban</i> . Akadémia Kiadó. https://mersz.hu/dokumentum/dj110ateeg_1/#dj110ateeg_book1
	Online folyóiratcikk	Szerző(k).	(Kiadás éve).	A cikk címe. <i>A folyóirat címe.</i>	Évfolyam(szá- m), oldalszám(ok). URL	Némethy, K. & Poór, J., 2019. A jövő munkahelye az ipar 5.0 küszöbén. <i>Munkaügyi Szemle</i> , [online] 62(1), pp. 9-17. Elérhető: http://munkaugyiszemle.hu/jovo-munkahelye-az-ipar-50-kuszoben [Hozzáférés dátuma: 2019.04.28.].
	Elektronikus folyóiratcikk DOI számmal	Szerző(k).	(Kiadás éve).	A cikk címe.	Évfolyam(szá- m), oldalszám(ok). DOI	Pekk, L., Kovács, Z. & Hány, A. (2025). A vállalatok egyes sajátosságai és a kutatás-fejlesztési tevékenység közötti összefüggések. <i>Vezetéstudomány</i> , 61(9), 51-66. https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2025.09.04
	Weboldal szerzővel	Szerző(k).	(Kiadás éve. hónap. nap – ha meg van adva).	A webes dokumentum vagy oldal címe. Weboldal neve.	URL	Argyelán, J. (2025. október 9.). <i>Széchenyi-hitel: egy héttvége alatt annyian érdeklődtek, mint máskor egy hónap alatt</i> . Bankmonitor. https://bankmonitor.hu/mediatar/cikk/szechenyi-hitel-egy-hetvege-alatt-annyian-erdeklottek-mint-maskor-egy-honap-alatt/
	Weboldal szerző nélkül	Weboldal neve.	(Kiadás éve).	A webes dokumentum vagy oldal címe.	URL	Turizmus.com. (2025. október 9.). <i>Zöld hullám a fürdőkben</i> . https://turizmus.com/cikk/business-travel/zold-hullam-a-furdokban-spa-tourism-summit