

A Reference linking kötelezettség teljesítése

1. Keressük meg a kéziratunk *Felhasznált irodalom* listáját!
2. Győződjünk meg, hogy az irodalomlista megfelelően van tagolva:
 - a. Célszerű egy szabványos hivatkozási stílust használni, ezt pedig következetesen betartani a felhasznált irodalmi lista minden eleme esetében!
 - b. Az egyes bibliográfiai tételekhez tartozó adatok egy sortörés nélküli sorban szerepeljenek!
 - c. Minden egyes tétel végét sortöréssel (Enter-rel) zárjuk, hogy véletlenül sem folyószöveges formában szerepeljen az irodalomlistánk!
 - d. A bibliográfiai tételeket célszerű ábécé sorrendbe rendezni vagy sorszámozással feltüntetni. (Nem kötelező ugyan, de ezek a módszerek növelik a találati pontosságot a Simple Text Query számára.)
 - e. A szakirodalmi lista ne álljon 1000 tételnél több elemből! (A Simple Text Query jelenleg 1000 tételt tud egyszerre leellenőrizni. Természetesen elég ritka egy ilyen tételszámú bibliográfiai lista.)

3. Másoljuk ki a teljes hivatkozási listát a kéziratból.

The screenshot shows a Microsoft Word document titled "EMOK_X00X_REZILIENS MARKETING_SZTE GTK_2023_tanulmánykötet_végleges_1.0.docx". The document content is a bibliography list under the heading "Irodalomjegyzék". The list includes the following entries:

- Bányai E. – Novák P. (2016): Online üzlet és marketing. Akadémia Kiadó, Budapest.
- Berki V. – Révész B. (2013): Felsőoktatási marketing egy változó világban. In: Király E. (szerk.): „Kiterjesztett” marketing. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, 533-545.
- Dinya L. (2010): Stratégiai gondolkodás és menedzsment szemlélet a modern felsőoktatásban. In: Bángyi-Magyar A. – Farkas K. (szerk.): Stratégiai gondolkodás a felsőoktatásban. Budapest: Educatio, 34-69.
- Fehér K. (2017): Digitalizáció és új média. Akadémia Kiadó, Budapest.
- Gálk M. – Urbán Á. (2016): Média gazdaságtan. Akadémia Kiadó, Budapest.
- Guld A. (2022): A Z generáció médiahasználata – Jelenségek, hatások, kockázatok. Libri Könyvkiadó, Budapest.
- Guld A. – Maksa Gy. (2013): Fiatalok kommunikációjának és médiahasználatának vizsgálata – tanulmány. In: Torócsik M. – Szajártó Zs. (szerk.): Tudománykommunikáció a Z generációknak: projekt keretében. TAMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016. Pécsi Tudományegyetem, Pécs.
- Horváth D. – Mitev A. (2015): Alternatív kvalitatív Budapest. Budapest.
- Jäckel K. – Fodor M. – Veres Z. (2013): Digitalizáció és új média. Akadémia Kiadó, Budapest.
- In: Király E. (szerk.): „Kiterjesztett” marketing. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, 373-381.
- Kapoor, R. – Madhiche, N. O. (2012): Consumer Behaviour. Private Limited, New Delhi.
- Kéri Á. (2021): Külföldi hallgatók elégedettségét és lojalitását vizsgáló kutatás. In: Szegedi Tudományegyetem – Kizárólag: Vezetéstudomány, 3-9, 48-62.
- Kulcsár E. (2014): A felsőoktatási intézmények marketingje. Budapest: Educatio, 34-69.
- Lehota J. – Komáromi L. (2019): Piac, verseny és menedzsment. 36 (4) 61-67.
- Malhotra, N. K. – Simon J.: Közreműködésével (2017). Budapest.
- Mucsó A. (2022): Az akadémiai szolgáltatásminőség értékelése a felsőoktatásban. Turizmus Bulletin, 22, 23-33.
- Pál E. – Torócsik M. – Jakopáncz E. (2017): Elterjedési sebesség empirikus vizsgálata. Marketing & Menedzsment, 17 (2) 53-68.
- Székely L. (2017): Győztes vesztesek – az információs forradalom. 17 (2) 53-68.
- Tóth A. (2004): Felsőoktatási marketing. Felsőoktatási Marketing, 13-14. 67-68.

4. Illesszük be a kimásolt listát a **Crossref Simple Text Query** szövegbeviteli mezőjébe!

Simple Text Query

https://apps.crossref.org/SimpleTextQuery

← Back to the main Crossref website

Crossref

We enhanced Simple Text Query as you requested

Get persistent links for your reference list or bibliography.
Copy and paste the list, we'll match with our metadata and return the links.
Members may also [deposit reference lists](#) here too.

Enter text in the box below:

Kéri A. (2021). Külföldi hallgatók elégedettségét és lojaltságát befolyásoló tényezők feltárása a Szegedi Tudományegyetemen – társaság az egyetemi tényező számlanak? Vezetéstudomány
Kulcsár E. (2014). A felsőoktatási intézmények marketingje. Erdélyi Múzeum. 76 (4) 182-186.
Lapó J. – Komáromi L. (2019). Piac, verseny és marketing a felsőoktatásban. Marketing & Menedzsment. 36 (4) 61-67.
Mabotja N. K. – Simon J. közreműködésével (2017). Marketingutalás. Akadémiai Kiadó, Budapest
Mucsi A. (2022). Az akadémiai szolgáltatásminőség és az akkulturáció szerepe a magyar oktatásturizmusban. Turizmus Bulletin. 22, 23-31.
Pál E. – Tórcsik M. – Jánoskó E. (2017). Ebtérő életkori lehatárolásokról adódó generációk értékeinek empirikus vizsgálata. Marketing & Menedzsment. 51 (3) 19-32.
Sághó K. L. – Szabó H. – Székely L. (2019). Comparison of visual perception in marketing gestures: a questionnaire-based study. Journal of the Academy of Marketing Science
Székely L. (2017). Gyűjtés veszélyes – az információs társadalom fejlődése. Információs Társadalom. 17 (2) 53-68.
Tóth A. (2004). Felsőoktatás-marketing. „Fiatal generációk” IV. országos konferenciája 2004. november 13-14. Győr.
Tórcsik M. – Székely L. (2021). Foglalkozási magatartás. Akadémiai Kiadó, Budapest.
Veres Z. – Hoffmann M. – Kozák Á. (szerk.) (2017). Bevezetés a piacutatásba. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Include PubMed IDs in results. List all possible DOIs per reference.

We now provide space to match 1,000 references per submission
To learn about other services and interfaces see our [MetaData Delivery](#) page.

Please [contact us](#) if you have any questions.


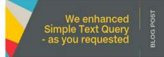
Tips:

- There should be no line breaks within an individual reference.
- When submitting multiple references they must be in alphabetical order or presented as a numbered list.
- To check the accuracy of a reference, click on the link that is returned with the reference.
- You may use any reference style, although it works best if references are formatted in a consistent and standard style. Just cut and paste this example list to try it out:

1. Boucher RC (2004) New concepts of the pathogenesis of cystic fibrosis lung disease. Eur Resp J 23: 146–158.
2. Knowles MR, Boucher RC (2002) Mucus clearance as a primary innate defense mechanism for mammalian airways. J Clin Investig 109: 571–577.
3. Antunes MB, Cohen NA (2007) Mucociliary clearance - a critical upper airway host defense mechanism and methods of assessment. Curr Opin Allergy Clin Immunol 7: 5–10.
4. Riordan JR, Rommens JM, Kerem BS, Alon H, Rozmahel R, et al. (1989) Identification of the Cystic-Fibrosis Gene - Cloning and Characterization of Complementary-Dna. Science 245: 1066–1072.
5. Rommens JM, Iannuzzi MC, Kerem BS, Drumm ML, Melmer G, et al. (1989) Identification of the Cystic-Fibrosis Gene - Chromosome Walking and Jumping. Science 245: 1059–1065.
6. Bobadilla JL, Macek M, Fine JP, Farrell PM (2002) Cystic fibrosis: A worldwide analysis of CFTR mutations - Correlation with incidence data and application to

5. Kattintsunk a „**Submit**” gombra és várjunk türelemmel!

6. A megtalált DOI azonosítók megjelennek az egyes tételek alatt URL formában.

← → ↻ <https://apps.crossref.org/SimpleTextQuery>  

Get persistent links for your reference list or bibliography.
Copy and paste the list, we'll match with our metadata and return the links.

Members may also [deposit reference lists](#) here too.

Bányai E. - Novák P. (2016). Online üzlet és marketing. Akadémia Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789630597258>

Berki V. - Révész B. (2013). Felsőoktatási marketing egy változó világban. In: Király É. (szerk.): "Kiterjesztett" marketing. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, 533-545.

Dinya L. (2010). Stratégiai gondolkodás és menedzsment szemlélet a modern felsőoktatásban. In: Bángi-Magyar A. - Farkas K. (szerk.): Stratégiai gondolkodás a felsőoktatásban. Budapest, Educatio, 34-69.

Fehér K. (2017). Digitalizáció és új média. Akadémiai Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789630597432>

Gálik M. - Urbán Á. (2016). Média gazdaságtan. Akadémiai Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789630597586>

Guld Á. (2022). A Z generáció médiahasználatát - Jelenségek, hatások, kockázatok. Libri Könyvkiadó, Budapest.

Guld Á. - Maksa Gy. (2013). Fiatalok kommunikációjának és médiahasználatának vizsgálata - tanulmány. In: Töröcsik M. - Sziájtó Zs. (szerk.): Tudománykommunikáció a Z generációnak projekt keretében. TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016, Pécsi Tudományegyetem, Pécs.

Horváth D. - Mitev A. (2015). Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Jäckel K. - Fodor M. - Veres Z. (2013). Digitalizáció és a médiafogyasztási szokások változása. In: Király É. (szerk.): "Kiterjesztett" marketing. Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubjának XIX. Országos Konferenciája. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, 373-381.

Kapoor, R. - Madichie, N. O. (2012). Consumer Behaviour. Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi.

Kén A. (2021). Külföldi halitatók elégedettségét és lojalitását befolyásoló tényezők feltárása a Szegedi Tudományegyetemen - kizárólag az egyetemi tényező számítanak? Vezetéstudomány. 8-9, 48-62.
https://doi.org/10.14267/VEZTUD_2021_09_04

Kuicsár E. (2014). A felsőoktatási intézmények marketingje. Erdélyi Múzeum. 76 (4) 182-186.

Lehota J. - Komáromi L. (2019). Piac, verseny és marketing a felsőoktatásban. Marketing & Menedzsment. 36 (4) 61-67.

Malhotra, N. K. - Simon J. közreműködésével (2017). Marketing kutatás. Akadémiai Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789630596675>

Mucsi Á. (2022). Az akadémiai szolgáltatásminőség és az akkulturáció szerepe a magyar oktatásturizmusban. Turizmus Bulletin. 22. 23-31.
https://doi.org/10.14267/TURBUJL_2022v22n3_3

Pál E. - Töröcsik M. - Jakopánecz E. (2017). Eltérő életkori lehatárolásokból adódó generációk értékeinek empirikus vizsgálata. Marketing & Menedzsment. 51 (3) 18-32.

Sample, K. L. - Haghtvedt, H. - Brasel, S. A. (2019). Components of visual perception in marketing contexts: a conceptual framework and review. Journal of the Academy of Marketing Science. 48, 405-421.
<https://doi.org/10.1007/s11747-019-00684-4>

Székely L. (2017). Győztes vesztesek - az információs társadalom ifjúsága. Információs Társadalom. 17 (2) 53-68.
<https://doi.org/10.22503/infars.XVII.2017.2.4>

Tóth Á. (2004). Felsőoktatás-marketing. "Fiatal regionalisták IV. országos konferenciája" 2004. november 13-14. Győr.

Töröcsik M. - Szűcs K. (2021). Fogyasztói magatartás. Akadémiai Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789634546351>

Veres Z. - Hoffmann M. - Kozák Á. (szerk.) (2017). Bevezetés a piacutatásba. Akadémiai Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789634540038>

Do not use your browser's 'BACK' button.
Use the 'RESET' button to submit more references.

7. Másoljuk ki a megtalált DOI-kat, majd a kéziratunkban a megfelelő bibliográfiai tétel mögé illesszük be: a tétel végén szóközt üssünk, majd ezt követően az URL formátumot megőrizve másoljuk be a DOI azonosítót.

miatti más stratégiák igényelhet a tejszóoktatási marketing.

Irodalomjegyzék

Bányai E. – Novák P. (2016): Online üzlet és marketing. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789630597258>

Berki V. – Révész B. (2013): Felsőoktatási marketing egy változó világban. In: Király É. (szerk.): „Kiterjesztett” marketing. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, 533-545.

Dinya L. (2010): Stratégiai gondolkodás és menedzsment szemlélet a modern felsőoktatásban. In: Bángi-Magyar A. – Farkas K. (szerk.): Stratégiai gondolkodás a felsőoktatásban. Budapest, Educatio, 34-69.

Fehér K. (2017): Digitalizáció és új média. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Gálk M. – Urbán Á. (2016): Média gazdaságtan. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Guld Á. (2022): A Z generáció médiahasználata – Jelenségek, hatások, kockázatok. Libri Könyvkiadó, Budapest.

Guld Á. – Maksa Gy. (2013): Fiatalkor kommunikációjának és médiahasználatának vizsgálata – tanulmány. In: Töröcsik M. – Szijártó Zs. (szerk.): Tudománykommunikáció a Z generációnak: projekt keretében. TAMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016. Pécsi Tudományegyetem, Pécs.

Horváth D. – Mitev A. (2015): Alternatív-kvalitatív kutatási kézikönyv. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Jäckel K. – Fodor M. – Veres Z. (2013): Digitalizáció és a médiafogyasztási szokások változása. In: Király É. (szerk.): „Kiterjesztett” marketing. Magyar Marketing Szövetség/Marketing Oktatók Klubjának XIX. Országos Konferenciája. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, 373-381.

Kapoor, R. – Madichie, N. O. (2012): Consumer Behaviour. Tata McGraw-Hill Education: Private Limited, New Delhi.

Kéri Á. (2021): Külföldi hallgatók elégedettségét és lojalitását befolyásoló tényezők feltárása a Szegedi Tudományegyetemen – kizárólag az egyetemi tényező számítanak? Vezetéstudomány, 8-9, 48-62.

Kulcsár E. (2014): A felsőoktatási intézmények marketingje. Erdélyi Múzeum, 76 (4) 182-186.

Lehota J. – Komáromi L. (2019): Piac, verseny és marketing a felsőoktatásban. Marketing & Menedzsment, 36 (4) 61-67.

Malhotra, N. K. – Simon J. közreműködésével (2017): Marketingkutatás. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Mucs A. (2022): Az akadémiai szolgáltatásminőség és az akkulturáció szerepe a magyar oktatásrendszerben. Turizmus Bulletin, 22, 23-31.

Pál E. – Töröcsik M. – Jakópecz E. (2017): Elterő életkori lehatárolásokból adódó generációk értékének empirikus vizsgálata. Marketing & Menedzsment, 51 (3) 18-32.


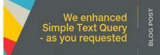
Sample, K. L. – Hagtvedt, H. – Brasel, S. A. (2019): Components of visual perception in marketing contexts: a conceptual framework and review. Journal of the Academy of Marketing Science, 48, 405-421.

Székely L. (2017): Győztes vesztesek – az információs társadalom ifjúsága. Információs Társadalom, 17 (2) 53-68.

Tóth Á. (2004): Felsőoktatási marketing – Fiatalkor-kutatás. IV. országos konferenciája.

8. Ismételjük a 3.-6. pontokat, míg minden megtalált DOI-t be nem illesztettünk a felhasznált irodalmi listába!

9. Ha egy másik kézirat felhasznált irodalom listáját szeretnénk beilleszteni a Simple Text Query-be, a lista beillesztése előtt mindenképp nyomjuk meg a korábbi keresésünk eredménylistája alatt látható „Reset” gombot.

← → ↻ <https://apps.crossref.org/SimpleTextQuery>  

← Back to the main Crossref website

Get persistent links for your reference list or bibliography.
Copy and paste the list, we'll match with our metadata and return the links.

Members may also [deposit reference lists](#) here too.

Bányai E. - Novák P. (2016). Online üzlet és marketing. Akadémia Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789630597258>

Berti V. - Révész B. (2013). Felsőoktatási marketing egy változó világban. In: Király É. (szerk.): "Kiterjesztett" marketing. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, 533-545.

Dimya L. (2010). Stratégiai gondolkodás és menedzsment szemlélet a modern felsőoktatásban. In: Bángi-Magyar A. - Farkas K. (szerk.): Stratégiai gondolkodás a felsőoktatásban. Budapest, Educatio. 34-69.

Fehér K. (2017). Digitalizáció és új média. Akadémiai Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789630597432>

Gálik M. - Urbán Á. (2016). Médiaüzlet. Akadémiai Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789630597596>

Guid Á. (2022). A Z generáció médiahasználata - Jelenségek, hatások, kockázatok. Libri Könyvkiadó, Budapest.

Guid Á. - Maksa Gy. (2013). Fiatalok kommunikációjának és médiahasználatának vizsgálata - tanulmány. In: Töröcsik M. - Sziájtó Zs. (szerk.): Tudománykommunikáció a Z generációnak projekt keretében. TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016. Pécsi Tudományegyetem, Pécs.

Horváth D. - Mitev A. (2015). Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Jáckel K. - Fodor M. - Veres Z. (2013). Digitalizáció és a médiafogasztási szokások változása. In: Király É. (szerk.): "Kiterjesztett" marketing. Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubjának XIX. Országos Konferenciája. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, 373-381.

Kapoor, R. - Madhich, N. O. (2012). Consumer Behaviour. Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi.

Kéri A. (2021). Külföldi halgatók elégedettségét és lojalitását befolyásoló tényezők feltárása a Szegedi Tudományegyetemen - kizárólag az egyetemi tényező számítanak? Vezetéstudomány 8-9, 48-62.
<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2021.09.04>

Kuksár E. (2014). A felsőoktatási intézmények marketingje. Erdélyi Múzeum. 76 (4) 182-186.

Lehota J. - Komáromi L. (2019). Piac, verseny és marketing a felsőoktatásban. Marketing & Menedzsment. 36 (4) 61-67.

Maihotra, N. K. - Simon J. közreműködésével (2017). Marketingkutatás. Akadémiai Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789630598675>

Mucsi A. (2022). Az akadémiai szolgáltatók minőség és az akkulturáció szerepe a magyar oktatásturizmusban. Turizmus Bulletin. 22. 23-31.
<https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n3.3>

Pál E. - Töröcsik M. - Jakopáncz E. (2017). Eltérő életkori lehatárolásokból adódó generációk értékeinek empirikus vizsgálata. Marketing & Menedzsment. 51 (8) 18-32.

Sample, K. L. - Haglvedt, H. - Brasel, S. A. (2019). Components of visual perception in marketing contexts: a conceptual framework and review. Journal of the Academy of Marketing Science. 48, 405-421.
<https://doi.org/10.1007/s11747-019-00684-4>

Székeily L. (2017). Győztes vesztesek - az információs társadalom ifjúsága. Információs Társadalom. 17 (2) 53-68.
<https://doi.org/10.22503/inftars.XVII.2017.2.4>

Tóth Á. (2004). Felsőoktatás-marketing. "Fiatal regionalisták IV. országos konferenciája" 2004. november 13-14. Győr.

Töröcsik M. - Szűcs K. (2021). Fogyasztói magatartás. Akadémiai Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789634546351>

Veres Z. - Hoffmann M. - Kozák Á. (szerk.) (2017). Bevezetés a piacutatsba. Akadémiai Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789634540038>

Do not use your browser's "BACK" button.
Use the "RESET" button to submit more references.

Reset

We now provide space to match 1,000 references per submission
To learn about other services and interfaces see our [MetaData Delivery](#) page.
Please [contact us](#) if you have any questions.

Tips:

- There should be no line breaks within an individual reference.
- When submitting multiple references they must be in alphabetical order or presented as a numbered list.
- To check the accuracy of a reference, click on the link that is returned with the reference.
- You may use any reference style, although it works best if references are formatted in a consistent and standard style. Just cut and paste this example list to try it out:

1. Boucher RC (2004) New concepts of the pathogenesis of cystic fibrosis lung disease. Eur Resp J 23: 146-158.
2. Knowles MR, Boucher RC (2002) Mucus clearance as a primary innate defense mechanism for mammalian airways. J Clin Investig 109: 571-577.
3. Antunes MB, Cohen NA (2007) Mucociliary clearance - a critical upper airway host defense mechanism and methods of assessment. Curr Opin Allergy Clin Immunol 7: 5-10.
4. Riordan JR, Rommens JM, Kerem BS, Alon N, Rozmahel R, et al. (1989) Identification of the Cystic-Fibrosis Gene - Cloning and Characterization of Complementary-Dna. Science 245: 1066-1072.
5. Rommens JM, Iannuzzi MC, Kerem BS, Drumm ML, Melmer G, et al. (1989) Identification of the Cystic-Fibrosis Gene - Chromosome Walking and Jumping. Science 245: 1059-1065.
6. Bobadilla JL, Macek M, Fine JP, Farrell PM (2002) Cystic fibrosis: A worldwide analysis of CFTR mutations - Correlation with incidence data and application to screening. Human Mutation 19: 575-606.
7. Qu BH, Thomas PJ (1996) Alteration of the cystic fibrosis transmembrane conductance regulator folding pathway - Effects of the Delta F508 mutation on the thermodynamic stability and folding yield of NBD1. J Biol Chem 271: 7261-7264.

10. Amennyiben bizonytalanok vagyunk a helyes hivatkozási forma szintaxisát illetően, használjunk bátran online szolgáltatásokat, melyek DOI alapján előállítják a kiválasztott szabványnak megfelelő hivatkozási formát!

a. Pl.: **DOI Citation Formatter**

- i. Illesszük be a hivatkozni kívánt dokumentum DOI-ját a „Paste your DOI:” mezőbe!
- ii. Válasszuk ki a hivatkozási stílust a „Select Formatting Style” lenyíló menüben!
- iii. Válasszuk ki a dokumentum nyelvi környezetét a „Select Language and Country” lenyíló menüben!
- iv. Kattintsunk a „Format” gombra!
- v. Kattintsunk a „Copy to clipboard” gombra, hogy a hivatkozás rákerüljön a vágólapunkra és beilleszthető legyen a kéziratunkba!

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://citation.crosscite.org>. The page title is "DOI Citation Formatter". The main content area contains a form with the following fields and options:

- Paste your DOI:** A text input field containing "10.1556/9789634546351". Below it, a smaller text says "For example: 10.1145/2783446.2783605".
- Select Formatting Style:** A dropdown menu with "apa" selected. Below it, a note says "Begin typing (e.g. Chicago or IEEE.) or use the drop down menu."
- Select Language and Country:** A dropdown menu with "hu-HU" selected. Below it, a note says "Begin typing (e.g. en-GB for English, Great Britain) or use the drop down menu."

Below the form is a "Format" button. Underneath, a citation is displayed: "Törőcsik, M., & Szűcs, K. (2021). Fogyasztói magatartás. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634546351>". Below the citation is a "Copy to clipboard" button. At the bottom of the page, there is a section titled "DOI Registration Agencies" with logos for DataCite, Crossref, EDRA, DOI, Crossref Link Center, KISTI, and airiti DOI.