

PTE KTK MSC-TANTERV

MSC 2023

**ÜZLETI KÉPZÉSI ÁG
MARKETING
MESTERSZAK**

**TELJES MUNKAI DŐS (NAPPALI) KÉPZÉS
MAGYAR NYELVEN**

Hatályos: 2023. február 1-től

**RÉSZMUNKAI DŐS (LEVELEZŐ) KÉPZÉS
MAGYAR NYELVEN**

Hatályos: 2023. szeptember 1-től

Pécs, 2023.

1. ALAPVETŐ JELLEMZŐK

A szak felelőse: dr. Törőcsik Mária egyetemi tanár.

1.1. A SZAK KÉPZÉSI ÉS KIMENETI KÖVETELMÉNYEI

/2023.01.23/

1. A mesterképzési szak megnevezése: marketing (Marketing)

2. A mesterképzési szakon szerezhető végzettségi szint és a szakképzettség oklevélben szereplő megjelölése

- végzettségi szint: mester- (magister, master; rövidítve: MSc-) fokozat
- szakképzettség: okleveles közgazdász marketing szakon
- a szakképzettség angol nyelvű megjelölése: Economist in Marketing

3. Képzési terület: gazdaságtudományok

4. A mesterképzésbe történő belépésnél előzményként elfogadott szakok

4.1. alapképzési szakok a gazdaságtudományok képzési területéről a gazdálkodási és menedzsment, a pénzügy és számvitel, a nemzetközi gazdálkodás, a kereskedelem és marketing, a műszaki képzési területéről a műszaki menedzser alapképzési szak.

4.2. a 9.2. pont szerint a kredit megállapításának alapjául szolgáló ismeretek összevetése alapján a gazdaságtudományok képzési területéről az emberi erőforrások, a turizmus- vendéglátás, az alkalmazott közgazdaságtan, a gazdaságelemzés, a közszolgálati, az üzleti szakoktató alapképzési szak, valamint azok az alapképzési és mesterképzési szakok, illetve a felsőoktatásról szóló 1993. évi LXXX. törvény szerinti szakok, amelyeket a kredit megállapításának alapjául szolgáló ismeretek összevetése alapján a felsőoktatási intézmény kreditátviteli bizottsága elfogad.

5. A képzési idő félévekben: 4 félév

6. A mesterfokozat megszerzéséhez összegyűjtendő kreditek száma: 120 kredit

- a szak orientációja: kiegyensúlyozott (40-60 százalék)
- a diplomamunka, készítéséhez projektmunkában való részvételhez rendelt kreditérték: 15 kredit
- a szabadon választható tantárgyakhoz rendelhető minimális kreditérték: az oklevél megszerzéséhez előírt összes kredit legalább öt százaléka.

7. A szakképzettség képzési területek egységes osztályozási rendszere szerinti tanulmányi területi besorolása: 342/0414

8. A mesterképzési szak képzési célja és a szakmai kompetenciák

A képzés célja marketing szakemberek képzése, akik különböző üzleti és non-business szervezetekben, intézményekben és vállalkozásokban végeznek marketingtevékenységet. Megszerzett elméleti és gyakorlati ismereteik birtokában képesek marketingstratégia kialakítására, a tág értelemben vett marketingtevékenységek, projektek menedzselésére, különböző szervezetek, folyamatok és szakmai programok irányítására, a szükséges marketingeszközök tartalmának meghatározására, feladatok végrehajtásának koordinálására, kapcsolattartásra belső és külső funkciókkal, szervezetekkel. Írásban, szóban és modern infokommunikációs eszközökkel idegen nyelven is képesek kommunikálni. Felkészültek tanulmányaik doktori képzésben történő folytatására.

8.1. Az elsajátítandó szakmai kompetenciák

8.1.1. Marketing szakon a közgazdász

a) tudása

- Elsajátította a gazdaságtudomány, illetve a gazdaság mikro és makro szerveződési szintjeinek fogalmait, elméleteit, folyamatait és jellemzőit, ismeri a meghatározó gazdasági tényeket.
- Érti a gazdálkodó szervezetek struktúráját, működését és hazai, illetve nemzeti határokon túlnyúló kapcsolatrendszerét, információs és motivációs tényezőit, különös tekintettel az intézményi környezetre.
- Ismeri az európai integrációs folyamatot és az Európai Uniónak a tevékenységéhez kapcsolódó szakpolitikáit.
- Ismeri a problémafelismerés, -megfogalmazás és -megoldás, az információgyűjtés és feldolgozás korszerű, elméletileg is igényes matematikai-statisztikai, ökonometriai, modellezési módszereit, valamint azok korlátait is.
- Ismeri a vállalkozás, gazdálkodó szervezet és projekt tervezési és vezetési szabályait, szakmai és etikai normáit.
- Ismeri a marketing szakterület általános és specifikus jellemzőit, határait, legfontosabb fejlődési irányait, szakterületeinek kapcsolódását rokon szakterületekhez. Részletekbe menően ismeri a marketing szakterület összefüggéseit, elméleteit és az ezeket felépítő terminológiát.
- Ismeri marketing szakterületének sajátos kutatási (ismeretszerzési és problémamegoldási) módszereit, absztrakciós technikáit, az elvi kérdések gyakorlati vonatkozásainak kidolgozási módjait, a marketing részterületek tervezésének, mérésének és elemzésének módszereit.
- Ismeri a marketingstratégia erőforrás alapú elméleteit, a stratégiai menedzsment elemzési módszereit, valamint további marketing részterületek (például eladásmenedzsment, marketing engineering, kvalitatív kutatás, kreatív tervezés) elméleti alapjait és elemzési módszereit.
- Jól ismeri marketing szakterülete szókincsét és az írott és beszélt nyelvi kommunikáció sajátosságait, legfontosabb formáit, módszereit, és technikáit anyanyelvén és egy idegen nyelven.
- Ismeri az értékalkotó marketingfolyamatok és az innováció kapcsolatát.
- Jól ismeri a vevőorientáció érvényesítésének szervezeti formáit és folyamatait. Ismeri és érti a fogyasztói választást magyarázó elméleteket, a fogyasztás társadalmi szerepét.

- Ismeri és használja a marketingkutatás kvantitatív és kvalitatív elemzési és szoftvertámogatású többváltozós módszereit, valamint a vállalati adatbázisok kezelését, elemzését a marketing felhasználás céljából.

b) képességei

- Önálló új következtetéseket, eredeti gondolatokat és megoldási módokat fogalmaz meg, képes az igényes elemzési, modellezési módszerek alkalmazására, komplex problémák megoldására irányuló stratégiák kialakítására, döntések meghozatalára, változó hazai és nemzetközi környezetben, illetve szervezeti kultúrában is.

- A gyakorlati tudás, tapasztalatok megszerzését követően képes közepes és nagyméretű vállalkozás, komplex szervezeti egység vezetésére, gazdálkodó szervezetben átfogó gazdasági funkciót lát el, összetett gazdálkodási folyamatokat tervez, irányít, az erőforrásokkal gazdálkodik. Nemzetközi, multikulturális környezetben is képes hatékony munkavégzésre.

- Képes elvégezni a marketing szakterülete ismeretrendszerét alkotó különböző elképzelések részletes analízisét, és az átfogó és speciális összefüggéseket szintetizálva megfogalmazni.

- Képes sokoldalú, interdiszciplináris megközelítéssel speciális szakmai problémákat azonosítani, továbbá feltárni és megfogalmazni az azok megoldásához szükséges részletes elméleti és gyakorlati hátteret.

- Magas szinten használja a marketing szakterület ismeretközvetítési technikáit, és dolgozza fel a magyar és idegen nyelvű publikációs forrásait.

- Saját elemzésen alapuló egyéni álláspontot alakít ki és azt vitában is megvédi és képes komplex problémák megoldására irányuló stratégiák kialakítására, a megoldás megtervezésére, döntések meghozatalára.

- Gazdálkodási folyamatokban, projektekben, csoportos feladatmegoldásokban vesz részt, vezetőként a tevékenységet tervezi, irányítja, szervezi, koordinálja, értékeli. Képes a tanult ismeretek és megszerzett tapasztalatok birtokában saját vállalkozás irányítására és működtetésére.

- Képes vezetői testületek számára önálló elemzések és előterjesztések készítésére.

c) attitűdje

- Kritikusan viszonyul saját, illetve a beosztottak munkájához és magatartásához, innovatív és proaktív magatartást tanúsít a gazdasági problémák kezelésében. Nyitott és befogadó a gazdaságtudomány és gyakorlat új eredményei iránt.

- Kulturált, etikus és tárgyilagos értelmiségi hozzáállás jellemzi a személyekhez, illetve a társadalmi problémákhoz való viszonyulása során, munkájában figyel a szélesebb körű társadalmi, ágazati, regionális, nemzeti és európai értékre (ideértve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is).

- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, erre munkatársait és beosztottait is ösztönzi, segíti, támogatja.

- Vállalja azokat az átfogó és speciális viszonyokat, azt a szakmai identitást, amelyek marketing szakterülete sajátos karakterét, személyes és közösségi szerepét alkotják.

- Hitelesen közvetíti szakmája összefoglaló és részletezett problémaköreit.

- Új, komplex megközelítést kívánó, stratégiai döntési helyzetekben, illetve nem várt élethelyzetekben is törekszik a jogszabályok és etikai normák teljeskörű figyelembevételével dönteni.

- Kezdeményező szerepet vállal szakmájának a közösség szolgálatába állítására. Fejlett marketing szakmai identitással, hivatástudattal rendelkezik, amelyet a szakmai és szélesebb társadalmi közösség felé is vállal.

d) autonómiája és felelőssége

- Szervezetpolitikai, stratégiai, irányítási szempontból jelentős területeken is önállóan választja ki és alkalmazza a releváns problémamegoldási módszereket, önállóan lát el gazdasági elemző, döntés előkészítő, tanácsadói feladatokat.

- Önállóan létesít, szervez és irányít nagyobb méretű vállalkozást, vagy nagyobb szervezetet, szervezeti egységet is.

- Felelősséget vállal saját munkájáért, az általa irányított szervezetért, vállalkozásáért, az alkalmazottakért.

- Önállóan azonosítja, tervezi és szervezi saját és beosztottai szakmai és általános fejlődését, azokért felelősséget vállal és visel.

- Kialakított marketing szakmai véleményét előre ismert döntési helyzetekben önállóan képviseli. Új, komplex döntési helyzetekben is felelősséget vállal azok környezeti és társadalmi hatásaiért.

- Bekapcsolódik kutatási és fejlesztési projektekbe, a projektcsoportban a cél elérése érdekében autonóm módon, a csoport többi tagjával együttműködve mozgósítja elméleti és gyakorlati tudását, képességeit.

- Társadalmi és közéleti ügyekben kezdeményező, felelős magatartást tanúsít a munkatársak, beosztottak vonatkozásában.

9. A mesterképzés jellemzői

9.1. Szakmai jellemzők

9.1.1. A szakképzettséghez vezető tudományágak, szakterületek, amelyekből a szak felépül (tanulmányi idő csökkentéséhez: a hallgató kezdeményezésére történő megfeleltetési eljárásban a korábban megszerzett tudás, ismeret, valamint a munka- és egyéb tapasztalatok, a nem formális, informális tanulással elsajátított kompetencia mérésével, elismerésével, beszámításával):

- gazdaságtani és társadalomtudományi ismeretek (modern közgazdasági elméletek, döntéseméleti és módszertani ismeretek, szervezetek és vállalkozások gazdálkodása és vezetése, irányítása, stratégiai menedzsment, pénzügyi menedzsment, a marketing vezetési kérdései, értékteremtő, logisztikai folyamatok tervezése és irányítása) 25-40 kredit;

- marketing szakmai ismeretek [környezet- és piacelemzés tervezése, végrehajtása, marketingkutatás tervezése, módszertana, marketing információs és döntéstámogató rendszer, a fogyasztáselmélet és vásárlói magatartás elemzése, disztribúció-menedzsment, beszerzési és értékesítési (Sales) folyamatok irányítása, vezetése, ellátási lánc menedzselése, termékek és márkák menedzselése, integrált marketing-kommunikáció, kommunikációs stratégia és eszközei, gazdasági és versenyjogi ismeretek, marketingstratégia tervezése és végrehajtása, marketing-kontrollig, interkulturális, nemzetközi marketing kérdései, társadalomtudományi módszertanok, legújabb szakmaterületi eredmények elsajátítása, alkalmazása] 30-40 kredit.

9.1.2. A választható specializációk, szakmai modulok képzésen belül kreditaránya: 30-45 kredit.

9.2. A szakmai gyakorlat követelményei

A képzéshez szakmai gyakorlat kapcsolódhat. A szakmai gyakorlat követelményeit a képzés tanterve határozza meg.

9.2. A kredit megállapításának alapjául szolgáló ismeretek összevetése alapján a felsőoktatási intézmény kreditátviteli bizottsága által kért, a tanulmányok elvégzéséhez szükséges, a korábban megszerzett ismeret, kompetencia az alábbi területekről:

- módszertani ismeretek (matematika, statisztika, informatika),
- elméleti közgazdaságtani ismeretek (mikro- és makroökonómia, nemzetközi gazdaságtan, regionális gazdaságtan, gazdaságtörténet),
- üzleti szakmai ismeretek (vállalatgazdaságtan, vállalati pénzügy, marketing, számvitel, vezetés-szervezés, emberi erőforrás).

1.2. A KÉPZÉS CÉLJA ÉS ALAPVETŐ STRUKTÚRÁJA

Mi a célunk?

A Pécsiközgaz Marketing mesterképzésének célja olyan modern, széles spektrumú és gyakorlatias tudás átadása, amellyel végzett hallgatóinkat vállalati vezetői pozíciókra készítjük fel. A tanterv tartalmát magas szakmai igényességgel állítottuk össze, oktatóink nemzetközi standardoknak megfelelő, innovatív oktatási módszerei mellett vállalati partnerekkel együtt, valós gyakorlati ismeretek átadásával és vállalati projektek bevonásával is oktatnak.

A nappali képzés jellemzője emellett a rugalmasság és a személyre szabhatóság, és fontos újítása, hogy felépítésének, oktatásszervezési megoldásainak, valamint a tantervbe épített speciális kreditismerési lehetőségeknek köszönhetően lehetővé teszi, hogy a kiemelkedően teljesítő hallgatók akár 2 félév alatt megszerezzék mesterdiplomájukat.

Kinek érdemes a marketing mesterprogramot választania?

A Pécsiközgaz hallgatója nemcsak megszerzi a tudást, hanem azt is megtanulja, hogyan használja fel a legcélszerűbben. A Marketing mesterszak mindvégig a problémák interdiszciplináris végiggondolására és elemzésére készíti a hallgatókat. Ennek eredményeként elsajátítják a rugalmas problémakezelés, valamint a folyamatos önképzés képességét és készségét. A Marketing mesterszakot ezért azoknak ajánljuk, akik bármilyen marketing területen magas szintű tudást és ezzel harmonizáló készségeket igénylő munkakört, vezetői pozíciót kívánnak betölteni.

Miért érdemes éppen a pécsi marketing mesterprogramot választani?

Meggyőződésünk, hogy a marketing kulcsfontosságú a ma társadalmában és üzleti életében. A program ezért különös alapossággal vizsgálja

- a marketing szerepét világunkban,
- a fogyasztótól a márkáig, a stratégiától az elemzésen át a tényleges megvalósításig,
- a marketingpénzügyek, a marketingkommunikáció, a digitális marketing, az innovációmarketing és az omnichannel marketingdöntéseken át,
- a fenntarthatóság és a felelősség eszméjével.

Hiszünk abban, hogy jó minőségű tudásanyagot kell átadnunk, amelyet tapasztalt oktatóink nemzetközi kitekintéssel és a leginnovatívabb módszerekkel osztanak meg a hallgatókkal. Nagy súlyt helyezünk arra, hogy a magas szintű elméleti tudást a legjobb gyakorlati tudással ötvözzük már az oktatás során, ezért képzésünk vállalati partnerek bevonásával biztosítja a kitekintést az egyetem falai közül. Így biztosítjuk hallgatóinknak, hogy a legaktuálisabb példákon keresztül tudják összekapcsolni ismereteiket a praktikummal.

Értékes diplomát biztosítunk hallgatóinknak, amellyel nemcsak megállják helyüket, de életre szóló sikereket érhetnek el karrierjükben. Az itt megszerzett tudással otthonosan mozoghatnak a vállalati és közszférában, a vásárlói kapcsolatokban, magabiztos döntéseket hozhatnak vezetőként akár a stratégiaalkotás és márkamenedzselés, akár a megvalósítás terén.

Karrierlehetőségek

A Marketing mesterszakon az a célunk, hogy menedzseri ismeretekben és készségekben tovább képezzük az alapszakot végzetteket és a már most is a marketingszakmában működő szakembereket, valamint kellően alapos és sokoldalú tudást adjunk azoknak, akik a marketinggel, mint tudománnyal kívánnak foglalkozni. A szakon diplomát szerzők karrierjük tovább építése során képesek lesznek arra, hogy a magánszektor és közsféra különféle szervezeteiben közép- és felsővezetői pozíciókat töltsenek be, elsősorban a marketing területén: értékesítési vezető, kereskedelmi vezető, ügyfélkapcsolati vezető, key account menedzser, termékfejlesztési és márkamenedzser, vevőszolgálati vezető, kommunikációs és PR vezető, stb.

A környezettudatos, továbbá a tradicionális és modern kulturális értékekre érzékeny fogyasztói-vásárlói igények kielégítéséhez egyre több szervezetnek van és lesz szüksége ehhez különösen értő marketingmenedzserekre. A pécsi Marketing mesterprogram sajátosságainál fogva alkalmas és jól felkészült szakembereket kínál ilyen állások betöltésére.

A képzés alapvető struktúrája

A képzés három tárgytípusból épül fel: az A modul a gazdaságtani és társadalomtudományi ismereteket, a B modul a szakmai ismereteket (ezen belül B1: Marketing szakmai ismeretek és B2: Kötelezően választható speciális szakmai ismeretek), a D modul pedig a Szakdolgozat konzultációt tartalmazza. A megszerzendő kreditek megoszlása a következő:

Tantervi modulok:		Kreditérték
A modul	Gazdaságtani és társadalomtudományi ismeretek	30 kredit
B modul	Szakmai ismeretek	75 kredit
	<i>B1: Marketing szakmai ismeretek</i>	<i>45 kredit</i>
	<i>B2: Kötelezően választható speciális szakmai ismeretek</i>	<i>30 kredit</i>
D	Szakdolgozat konzultáció	15 kredit
Összesen		120 kredit

A képzésben megszerzendő legfontosabb kompetenciák

A képzést sikeresen elvégző hallgatók számára az alábbi kiemelt programszintű kompetenciák (PK) megszerzését garantáljuk:

Tudás	PK1	Ismeri a marketing elméleteit, terminológiáját, a szakterület szerepét, jellemzőit a szervezetekben és a társadalomban, az értékalkotás és a fogyasztó megismerésének fontosságát.
	PK2	Ismeri és érti a marketingstratégiai és marketing részterületek, a digitális megoldások eszköztárának és a digitalizáció trendjének sajátosságait, azok kapcsolatát az információgyűjtés és -feldolgozás területeivel.
Képesség	<i>Intellektuális képesség</i>	
	PK3	Interdiszciplináris megközelítéssel azonosítja a szakterületét érintő problémákat.
	PK4	Átlátja és szintetizálja az ismereteket, elemez, összefüggéseket és következtetéseket fogalmaz meg.
	<i>Gyakorlati képesség</i>	
	PK5	Képes komplex problémák megoldására analízisen alapuló stratégiát alkotni, annak elméleti és gyakorlati hátterét közvetíteni.
	PK6	Elméleti és gyakorlati tudását szintetizálva képes vállalkozások, szervezeti egységek vezetésére, hazai és nemzetközi környezetben.
Attitúd & Autonómia és felelősség	PK7	Kritikus, innovatív és proaktív szakember, felelős, etikus és nyitott hozzáállással, aki törekszik a folyamatos fejlődésre.
	PK8	Fejlett szakmai identitással rendelkezik, amelyet vállal és közvetít, önálló döntéseket hoz és felelősen viselkedik.

A programszintű kompetenciák tárgyszintű kompetenciákra kerülnek lebontásra, melyek részleteit a tantárgyi tematikák tartalmazzák.

2. MAGYAR NYELVŰ NAPPALI KÉPZÉS**Mintatanterv:**

1. év		2. év	
Tavaszi	Ősz	Tavaszi	Ősz
Digitális marketingdöntések (9kr)	Fogyasztói és vásárlói magatartás (9kr)	Marketingelemzések (9kr)	Marketingstratégia és -menedzsment (9kr)
Marketingpénzügyek (6kr)	Innovációmarketing (6kr)	Fenntarthatóság és felelősség (6kr)	Omnichannel marketingdöntések (6kr) vagy ESG a vállalati gyakorlatban (6kr)
Alkalmazott statisztika és ökonometria (9kr)	Üzleti folyamatok menedzsmentje (9kr)	Marketingkommunikáció (9kr)	Szakdolgozat konzultáció (15kr)
A vállalkozások mikro- és makrokörnyezete (6kr)	Haladó üzleti szimuláció (6kr)	Márkastratégia (6kr)	
Σ 30 kredit	Σ 30 kredit	Σ 30 kredit	Σ 30 kredit
Nyelvi kritérium tárgyak teljesítése			

Az egyes modulok tárgyainak jellemzői:

A modul – Gazdaságtani és társadalomtudományi ismeretek

Tárgykód	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Kontakt óra	Telj.	Kredit
M23KOA01	Alkalmazott statisztika és ökonometria	Rappai Gábor	T	30	K	9
M23KOA02	A vállalkozások mikro- és makrokörnyezete	Sebestyén Tamás	T	20	K	6
M23KOA03	Üzleti folyamatok menedzsmentje	Hauck Zsuzsanna	Ő	30	K	9
M23KOA04	Haladó üzleti szimuláció	Somogyvári Márta	Ő	20	K	6
Teljesítendő kredit összesen:						30

B modul – Szakmai ismeretek**Marketing szakmai ismeretek (B1) modul tárgyai**

Tárgykód	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Kontakt óra	Telj.	Kredit
M23MAB01	Digitális marketingdöntések *	Nagy Ákos	T	90	K	9
M23MAB02	Marketingpénzügyek	Ráczy-Putzer Petra	T	60	K	6
M23MAB03	Fogyasztói és vásárlói magatartás	Törőcsik Mária	Ő	90	K	9
M23MAB04	Innovációmarketing **	Lányi Beatrix	Ő	60	K	6
M23MAB05	Marketingkommunikáció *	Nagy Ákos	T	90	K	9
M23MAB06	Márkastratégia	Gerdesics Viktória	T	60	K	6
Teljesítendő kredit összesen:						45

Kötelezően választható speciális szakmai ismeretek (B2) modul tárgyai

Tárgykód	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Kontakt óra	Telj.	Kredit
M23MAB07	Marketingelemzések	Szűcs Krisztián	T	30	K	9
M23MAB08	Fenntarthatóság és felelősség **	Jakopánecz Eszter	T	20	K	6
M23MAB09	Marketingstratégia és -menedzsment	Szűcs Krisztián	Ó	30	K	9
M23MAB10	Omnichannel marketingdöntések	Németh Péter	Ó	20	K	6
M23KOB01	ESG a vállalati gyakorlatban	Erdős Katalin	Ó	20	K	6
Teljesítendő kredit összesen:						30

* Digitális marketing certificate részét képező tárgyak, részletek a 4. pontban

** Fenntartható értékteremtés certificate részét képező tárgyak, részletek a 4. pontban

Nyelvi kritériumok

Tárgykód	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Telj.	Kredit
NYELV23A02	Idegen nyelvű szakmai tárgy – angol *	Sipos Norbert	Ó/T	28	A	krit
NYELV23N02	Idegen nyelvű szakmai tárgy – német *	Mátyás Judit	Ó/T	28	A	krit
NYELV23A03	Szaknyelvi szigorlat – angol * **	Erdős Katalin	Ó/T	0	Szig	krit
NYELV23N03	Szaknyelvi szigorlat – német * **	Erdős Katalin	Ó/T	0	Szig	krit
Teljesítendő kredit összesen:						

* A tárgy angol vagy német nyelven teljesíthető

Kiváltható szakmaival bővített B2 vagy általános C1 nyelvvizsga bemutatásával.
(angol, német, francia, spanyol, olasz vagy orosz nyelvből)

** Szaknyelvi szigorlat tárgy előfeltétele az Idegen nyelvű szakmai tárgy teljesítése.

D modul – Szakdolgozat konzultáció

Tárgykód	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Telj.	Kredit
M23KOD01	Szakdolgozat konzultáció	Konzulens	Ó	150	GY	15
Teljesítendő kredit összesen:						15

Egyéni tanulmányi idő rövidítésének lehetősége a magyar nyelvű nappali képzésben

A mesterszakok a jogszabályi környezethez igazodva 4 féléves képzési idővel kerülnek meghirdetésre, a diplomához 120 kredit összegyűjtése szükséges. A hallgató egyéni tanulmányi ideje nappali képzés esetén azonban lehet 4 félévnél rövidebb, amennyiben a szükséges kreditmennyiséget hamarabb összegyűjti. Ebben nagy segítséget jelenthet az intézmény általi rugalmas kreditelismerés (melynek két legfőbb indoka a képzés profiljába illő munkatapasztalat, valamint a más intézményben vagy vállalati és egyéb képzésekben megszerzett és a szakhoz illeszkedő kompetenciák), valamint az órarendek oly módon történő összeállítása, ahol a mintatantervben az első, illetve második évre ütemezett tárgyak eltérő időszavokban kerülnek meghirdetésre, ezáltal a hallgató akár azonos félévben felveheti az 1. és 3., valamint 2. és 4. féléves tárgyakat.

Az új struktúra nemcsak nem tiltja, hanem kifejezetten támogatja és kredittel ismeri el a tanulással párhuzamos munkatapasztalat és releváns kompetenciák esetén a képzés tantervén kívüli tanulással való megszerzését. Kiemelendő továbbá, hogy a szak 2 félév alatti teljesítéséhez nem elvárás, hogy a hallgató a jelentkezéskor azonnal

munkatapasztalatot vagy máshol teljesített képzéseket igazoljon, ezek a képzés részeként, azzal párhuzamosan is megszerezhetők.

3. MAGYAR NYELVŰ LEVELEZŐ KÉPZÉS**Mintatanterv:**

1. év		2. év	
Ősz	Tavaszi	Ősz	Tavaszi
Digitális marketingdöntések (9kr)	Fogyasztói és vásárlói magatartás (9kr)	Marketingelemzések (9kr)	Marketingstratégia és -menedzsment (9kr)
Marketingpénzügyek (6kr)	Innovációmarketing (6kr)	Fenntarthatóság és felelősség (6kr)	Omnichannel marketingdöntések (6kr) <i> vagy </i> ESG a vállalati gyakorlatban (6kr)
Alkalmazott statisztika és ökonometria (9kr)	Üzleti folyamatok menedzsmentje (9kr)	Marketingkommunikáció (9kr)	Szakdolgozat konzultáció (15kr)
A vállalkozások mikro- és makrokörnyezete (6kr)	Üzleti intelligencia (6kr)	Márkastratégia (6kr)	
Σ 30 kredit	Σ 30 kredit	Σ 30 kredit	Σ 30 kredit
Nyelvi kritérium tárgyak teljesítése			

NEPTUN	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Kontaktóra	Telj.	Kredit
A modul – Gazdaságtani és társadalomtudományi ismeretek						
LM23KOA01	Alkalmazott statisztika és ökonometria	Rappai Gábor	1Ő	36	K	9
LM23KOA02	A vállalkozások mikro- és makrokörnyezete	Sebestyén Tamás	1Ő	24	K	6
LM23KOA03	Üzleti folyamatok menedzsmentje	Hauck Zsuzsanna	1T	36	K	9
LM23KOA05	Üzleti intelligencia	Kruzslicz Ferenc	1T	24	K	6
Teljesítendő kreditek összesen:						30
B1 modul – Marketing szakmai ismeretek						
LM23MAB01	Digitális marketingdöntések ***	Nagy Ákos	1Ő	36	K	9
LM23MAB02	Marketingpénzügyek	Rác-Putzer Petra	1Ő	24	K	6
LM23MAB03	Fogyasztói és vásárlói magatartás	Töröcsik Mária	1T	36	K	9
LM23MAB04	Innovációmarketing ****	Lányi Beatrix	1T	24	K	6
LM23MAB05	Marketingkommunikáció ***	Nagy Ákos	2Ő	36	K	9
LM23MAB06	Márkastratégia	Gerdesics Viktória	2Ő	24	K	6
Teljesítendő kreditek összesen:						45
B2 modul – Kötelezően választható speciális szakmai ismeretek						
LM23MAB07	Marketingelemzések	Szűcs Krisztián	2Ő	36	K	9
LM23MAB08	Fenntarthatóság és felelősség ****	Jakopánecz Eszter	2Ő	24	K	6
LM23MAB09	Marketingstratégia és -menedzsment	Szűcs Krisztián	2T	36	K	9
LM23MAB10	Omnichannel marketingdöntések	Németh Péter	2T	24	K	6
LM23KOB01	ESG a vállalati gyakorlatban	Erdős Katalin	2T	24	K	6
Teljesítendő kreditek összesen:						30

Nyelvi kritérium modul						
NYELV23A02	Idegen nyelvű szakmai tárgy – angol *	Sipos Norbert	Ó/T	28	A	krit
NYELV23N02	Idegen nyelvű szakmai tárgy – német *	Mátyás Judit	Ó/T	28	A	krit
NYELV23A03	Szaknyelvi szigorlat – angol * **	Erdős Katalin	Ó/T	0	Szig	krit
NYELV23N03	Szaknyelvi szigorlat – német * **	Erdős Katalin	Ó/T	0	Szig	krit
Teljesítendő tárgyak száma:			2			
D modul – Szakdolgozat konzultáció						
LM23KOD01	Szakdolgozat konzultáció	Konzulens	2T	150	K	15
Teljesítendő kredit összesen:						120

* A tárgy angol vagy német nyelven teljesíthető

Kiváltható szakmaiával bővített B2 vagy általános C1 nyelvvizsga bemutatásával.

(angol, német, francia, spanyol, olasz vagy orosz nyelvből)

** Szaknyelvi szigorlat tárgy előfeltétele az Idegen nyelvű szakmai tárgy teljesítése.

*** Digitális marketing certificate részét képező tárgyak, részletek a 4. pontban

**** Fenntartható értékteremtés certificate részét képező tárgyak, részletek a 4. pontban

4. CERTIFICATE SZERZÉSI LEHETŐSÉG

A képzésen megszerezhető diploma mellett a hallgatók részére specifikus területeken certificate-ek megszerzésére is lehetőséget biztosítunk, választható jelleggel. Certificate két tématerületen szerezhető: digitális marketing és a fenntarthatóság témakörében.

A certificate megszerzésének feltétele a képzés kijelölt kötelezően teljesítendő tárgyainak, illetve a certificate egy-egy campus kreditben felvehető tárgyának teljesítése.

A certificate programelemek lehetőséget adnak a hallgatóknak arra, hogy a marketing szakma két kihívásokkal teli területén, a digitális marketing és a fenntarthatóság témakörében gyakorlatias tudást szerezzenek a képzési programon felül, ezáltal pedig e területeken felkészült szakértőként léphessenek ki a munkaerőpiacra.

A Digitális marketing certificate program megszerzéséhez teljesíteniük kell a Marketing mesterképzés tantervében szereplő Digitális marketingdöntések (B1, 9 kredit) és Marketingkommunikáció (B1, 9 kredit) tárgyakat, illetve Campus kreditként elérhető „PPC marketing és UX optimalizálás” (2 óra, 3 kredit) tárgyat. A certificate megszerzéséhez ezen 21 kredit teljesítése szükséges.

A Fenntartható értékteremtés certificate program megszerzéséhez teljesíteniük kell a Marketing mesterképzés tantervében szereplő Innovációmarketing (B1, 6 kredit) és a Fenntarthatóság és felelősség (B2, 6 kredit) tárgyakat, illetve Campus kreditként elérhető „Fenntarthatósági kihívás” (4 óra, 6 kredit) című tárgyat. A certificate megszerzéséhez ezen 18 kredit teljesítése szükséges.

5. SZAKDOLGOZAT KONZULTÁCIÓ

A szakdolgozat konzultáció a választott szakdolgozati témához rendelt konzulenssel folytatott rendszeres szakmai konzultációt tartalmazza. A szakdolgozati témaválasztás és a konzultáció menetét és részletes szabályait a kari honlapon közzétett tájékoztatók tartalmazzák.

6. ZÁRÓVIZSGA, OKLEVÉL

A záróvizsgára az abszolutórium birtokában és a szakdolgozat pozitív elbírálását követően kerülhet sor. A záróvizsga konkrét szabályait, valamint az oklevél-minősítés meghatározásának módját a kari honlapon közzétett záróvizsga szabályzat tartalmazza.