

PTE KTK MSC-TANTERV

MSC2017

**ÜZLETI KÉPZÉSI ÁG
MARKETING
MESTERSZAK**

**TELJES MUNKAIDŐS (NAPPALI) KÉPZÉS
RÉSZMUNKAIDŐS (LEVELEZŐ) KÉPZÉS**

Pécs, 2017.

1. ALAPVETŐ JELLEMZŐK

A szak felelőse: dr. Törőcsik Mária egyetemi tanár.

1.1 A SZAK KÉPZÉSI ÉS KIMENETI KÖVETELMÉNYEI

/2016.08.05/

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. Teljes kreditérték beszámításával vehetők figyelembe: 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 9.4. pontban meghatározott kreditek teljesítésével elsősorban számításba vehető: a gazdaságtudományok képzési területéről az emberi erőforrások, a turizmus-vendéglátás, az alkalmazott közgazdaságtan, a gazdaságelemzés, a közszolgálati, az üzleti szakoktató alapképzési szak.

4.3. A 9.4. pontban meghatározott kreditek teljesítésével vehetők figyelembe továbbá: 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 rendelt kreditérték: 15 kredit
- a szabadon választható tantárgyakhoz rendelhető minimális kreditérték: 6 kredit

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

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 két 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 analizését, 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 (ide értve 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:

- gazdaságtani és társadalomtudományi ismeretek (modern közgazdasági elméletek, döntéshozatali 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. Idegennyelvi követelmény

A mesterfokozat megszerzéséhez angol nyelvből államilag elismert, legalább középfokú (B2), komplex típusú nyelvvizsga vagy egy másik élő idegen nyelvből középfokú (B2), komplex típusú, a képzési területnek megfelelő szaknyelvi nyelvvizsga vagy államilag elismert, felsőfokú (C1), komplex típusú általános nyelvvizsga vagy ezekkel egyenértékű érettségi bizonyítvány vagy oklevél szükséges.

9.3. A szakmai gyakorlat követelményei

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

9.4. A 4.2. és 4.3. pontban megadott oklevéllel rendelkezők esetén a mesterképzési képzési ciklusba való belépés minimális feltételei:

A mesterképzésbe való belépéshez szükséges minimális kreditek száma legalább 30 kredit az alábbi területekről:

- módszertani ismeretek (matematika, statisztika, informatika) területéről 8-12 kredit;
- elméleti közgazdaságtani ismeretek (mikro- és makroökonómia, nemzetközi gazdaságtan, regionális gazdaságtan, gazdaságtörténet) területéről 8-12 kredit;
- üzleti szakmai ismeretek (vállalatgazdaságtan, vállalati pénzügy, marketing, számvitel, vezetés-szervezés, emberi erőforrás) területéről 10-14 kredit.

1.2 A KÉPZÉS CÉLJA ÉS ALAPVETŐ STRUKTÚRÁJA

Kinek érdemes a marketing mesterprogramot választania?

Az MSc Marketing olyan kétéves program, amely megadja a szükséges tudást és készségeket mindenkinek,

- aki a marketing területén kíván vezetői posztokat betölteni, és
- aki elméleti ismereteit a megfelelő doktori programon kívánja tovább bővíteni Magyarországon, vagy másutt az Európai Unióban.

Miért érdemes éppen a pécsi marketing mesterprogramot választani?

A pécsi közgazdász hallgató nemcsak megszerzi a tudást, hanem azt is jól megtanulja, hogyan használja fel a legcélszerűbben. Éppen ezért a pécsi marketing mesterprogram elvégzését tanúsító diploma olyan érték a jelentkező kezében, amely megteremti a sikeres karrier feltételét az állásokért folyó mind kiélezettebb versenyben.

- A program a két év során mindvégig a problémák *interdiszciplináris* végiggondolására és elemzésére készíti a hallgatót. Ennek eredménye a rugalmas problémakezelés a menedzseri munkában, valamint a folyamatos önképzés képességének és készségének az elsajátítása.
- A programot elvégző hallgató *otthonosan viselkedik* majd a vásárlói kapcsolatok, a szervezetközi kapcsolatok és a társadalmi kapcsolatok marketingjének irányításában egyaránt.
- A program a *felelős marketinggondolkodás* elsajátítását segíti elő, azaz nemcsak a vevőérték létrehozásáról, megismertetéséről és eljuttatásáról kínál elmélyült ismereteket, hanem annak társadalmi vonatkozásairól is.

Azok, akik a pécsi marketing mesterprogramot elvégzik, az alábbi jelmondatot lesznek képesek valóra váltani menedzseri vagy tudományos munkájukban: *Érteni, tudni, alkalmazni - kitalálni!*

A pécsi marketing mesterprogram alapjai

A program célkitűzései:

- A program arra a meggyőződésre épül, hogy a marketing különlegesen fontos mind a magán-, mind pedig a közszféra szervezetei számára.
- A program ebből a nézőpontból világítja meg és elemzi a marketing jellegzetességeit és szerepét a mai társadalomban, beleértve az üzleti és nem üzleti szféra szervezeteit is. Különös alapossggal vizsgálja a marketing lehetőségeit és jelentőségét a kultúra és a fenntarthatóság különféle területein.
- A program során részletesen megvizsgáljuk a marketing szerepét új ajánlatok létrehozásában és új piaci helyzetek megoldásában éppúgy, mint az érettség fázisában lévő szervezetek esetében.

A program sikeres befejezése után a végzett hallgató képes lesz arra, hogy:

- megfontoltan és felelősen értelmezze és értékelje a marketingmenedzser munkáját befolyásoló külső tényezőket,
- pontosan és célratorően alkalmazza a marketingmenedzser számára napjainkban rendelkezésre álló eszközöket és módszereket; valamint
- szakszerűen irányítsa a marketingstratégiák, -tervek és -programok létrehozásához, bevezetéséhez és alkalmazásához szükséges elemző, tervező és ellenőrző munkákat.

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 elméleti megalapozást adjunk azoknak, akik a marketinggel, mint tudománnyal kívánnak foglalkozni. A szakon diplomát szerzők karrierjük továbbépítése során képesek lesznek arra, hogy a magánszektor és közszféra különféle szervezeteiben közép- és felsővezetői posztokat 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 képzésen a Kar az ún. *kétkapus belépési rendszert* alkalmazza, ami azt jelenti, hogy a képzés minden félévben meghirdetésre kerül, így a hallgatók tavaszi és őszi kezdéssel egyaránt megkezdhetik tanulmányaikat. A szak általános struktúrája az alábbi:

Kredit	1. év		2. év	
	Tavaszi / Ősz	Ősz / Tavasz	Tavaszi / Ősz	Ősz / Tavasz
6	A	A	A	B
6	A	A	B	B
6	A	B	B	D (Diploma-konzultáció)
6	B	B	B	
6	B	B	C	
3		C		
Összesen	30 kredit	33 kredit	30 kredit	27 kredit

A Képzési is Kimeneti Követelményekhez (KKK) igazodva az A modul a gazdaságtani és társadalomtudományi ismereteket, a B modul a mesterszakhoz rendelt szakmai ismereteket (ezen belül B1: Marketing szakmai ismeretek és B2: Kötelezően választható speciális szakmai ismeretek), a C modul a szabadon választható tárgyakat, a D modul pedig a diplomakonzultációt tartalmazza. A képzés során megszerzendő kreditek megoszlása a következő:

Tantervi modulok:		Jellemző
A	Gazdaságtani és társadalomtudományi ismeretek	36 kredit
B	Szakmai ismeretek	60 kredit
	<i>B1: Marketing szakmai ismeretek</i>	<i>30 kredit</i>
	<i>B2: Kötelezően választható speciális szakmai ismeretek</i>	<i>30 kredit</i>
C	Szabadon választható modul	9 kredit
D	Diplomakonzultáció	15 kredit
Összesen		120 kredit

2. TELJES MUNKAIIDŐS (NAPPALI) KÉPZÉS SZERKEZETE

Ajánlott mintatanterv tavaszi félévben felvételt nyert hallgatók részére:

1. év		2. év	
Tavaszi	Ősz	Tavaszi	Ősz
Üzleti intelligencia, Alkalmazott statisztika és ökonometria, Termelés- és folyamatmenedzsment Közgazdaságtan, Stratégiai vezetés (3 x 6 kredit)	Üzleti intelligencia, Alkalmazott statisztika és ökonometria, Termelés- és folyamatmenedzsment Közgazdaságtan, Marketingmenedzsment, Befektetési döntések (2 x 6 kredit)	Üzleti intelligencia, Alkalmazott statisztika és ökonometria, Termelés- és folyamatmenedzsment, Közgazdaságtan, Stratégiai vezetés (1 x 6 kredit)	Startup marketing (6 kredit)
	Marketingkutató haladóknak (6 kredit)	Szolgáltatásmarketing és – menedzsment* (6 kredit)	Virtuális közösségek (6 kredit)
		Emberi erőforrás menedzsment rendszerek és alkalmazások (6 kredit)	Diplomakonzultáció (15 kredit)
Marketing- és márkasstratégia (6 kredit)	Fogyasztói magatartás (6 kredit)	Személymarketing (6 kredit)	
Integrált marketingkommunikáció (6 kredit)	Marketingpénzügyek (6 kredit)	Szabadon választható (6 kredit)	
	Szabadon választható (3 kredit)		
Σ 30 kredit	Σ 33 kredit	Σ 30 kredit	Σ 27 kredit

Ajánlott mintatanterv őszi félévben felvételt nyert hallgatók részére:

1. év		2. év	
Ősz	Tavaszi	Ősz	Tavaszi
Üzleti intelligencia, Alkalmazott statisztika és ökonometria, Termelés- és folyamatmenedzsment Közgazdaságtan, Stratégiai vezetés (3 x 6 kredit)	Üzleti intelligencia, Alkalmazott statisztika és ökonometria, Termelés- és folyamatmenedzsment Közgazdaságtan, Marketingmenedzsment, Befektetési döntések (2 x 6 kredit)	Üzleti intelligencia, Alkalmazott statisztika és ökonometria, Termelés- és folyamatmenedzsment, Közgazdaságtan, Stratégiai vezetés (1 x 6 kredit)	Emberi erőforrás menedzsment rendszerek és alkalmazások (6 kredit)
	Marketing- és márkasstratégia (6 kredit)	Startup marketing (6 kredit)	Személymarketing (6 kredit)
		Virtuális közösségek (6 kredit)	Diplomakonzultáció (15 kredit)
Marketingkutató haladóknak (6 kredit)	Integrált marketingkommunikáció (6 kredit)	Marketingpénzügyek (6 kredit)	
Fogyasztói magatartás (6 kredit)	Szolgáltatásmarketing és – menedzsment* (6 kredit)	Szabadon választható (6 kredit)	
	Szabadon választható (3 kredit)		
Σ 30 kredit	Σ 33 kredit	Σ 30 kredit	Σ 27 kredit

*A Szolgáltatásmarketing és –menedzsment tárgy angol nyelven is teljesíthető (*Service Marketing and Management*)

A modul – Gazdaságtani és társadalomtudományi ismeretek

Tárgykód	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Teljesítés	Kredit
M17MAA01	Alkalmazott statisztika és ökonometria	Rappai Gábor	Ő+T	2+2	K	6
M17MAA02	Befektetési döntések	Bélyácz Iván	Ő	2+2	K	6
M17MAA03	Közgazdaságtan	Mellár Tamás	Ő+T	2+2	K	6
M17MAA04	Marketingmenedzsment	Pavluska Valéria	Ő	2+2	K	6
M17MAA05	Stratégiai vezetés	Somogyvári Márta	T	2+2	K	6
M17MAA06	Termelés- és folyamatmenedzsment	Vörös József	Ő+T	2+2	K	6
M17MAA07	Üzleti intelligencia	Kruzslicz Ferenc	Ő+T	2+2	K	6
Teljesítendő kredit összesen:						36

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

Tárgykód	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Telj.	Kredit
M17MAB01	Fogyasztói magatartás	Törőcsik Mária	Ő	2+2	K	6
M17MAB02	Integrált marketingkommunikáció	Orosdy Béla	T	2+2	K	6
M17MAB03	Marketingkutatás haladóknak	Szücs Krisztián	Ő	2+2	K	6
M17MAB04	Marketingpénzügyek	Rekettye Gábor	Ő	2+2	K	6
M17MAB05	Szolgáltatásmarketing és -menedzsment <i>Service Marketing and Management</i>	Lányi Beatrix	T	2+2	K	6
Teljesítendő kredit összesen:						30

Kötelezően választható speciális szakmai ismeretek (B2) modul tárgyai

Tárgykód	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Telj.	Kredit
M17MAB06	Emberi erőforrás menedzsment rendszerek és alkalmazások	Ásványi Zsófia	T	2+2	K	6
M17MAB07	Marketing- és márkastratégia	Orosdy Béla	T	2+2	K	6
M17MAB08	Startup marketing	Lányi Beatrix	Ő	2+2	K	6
M17MAB09	Személymarketing	Törőcsik Mária	T	2+2	K	6
M17MAB10	Virtuális közösségek	Nagy Ákos	Ő	2+2	K	6
Teljesítendő kredit összesen:						30

C modul – Szabadon választható modul

Tárgykód	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Telj.	Kredit
M17MAC01	Európai monetáris integráció	Schepp Zoltán	Ő	2+0	K	3
M17MAC02	Gazdaságpolitikai döntések	Szabó Zoltán	Ő	2+0	K	3
M17MAC03	Kreatív gondolatprezentáció	Törőcsik Mária	Ő	0+2	GY	3
M17MAC04	Kreatívipari marketing	Pavluska Valéria	Ő	2+0	K	3
M17MAC05	Megújuló energiák gazdasági és üzleti alkalmazásai	Somogyvári Márta	Ő	0+2	GY	3
M17MAC06	Munkaügyi kapcsolatok	László Gyula	Ő	2+0	K	3
M17MAC07	Politikai marketing	Orosdy Béla	Ő	2+0	K	3
M17MAC08	Tudományos diákköri munka MSc őszi	Kaposi Zoltán	Ő	0+2	GY	3
M17MAC11	A piacelmélet üzleti alkalmazásai	Barancsik János	T	2+0	K	3
M17MAC12	Az európai városok működése és a piacgazdaság	Kaposi Zoltán	T	2+0	K	3
M17MAC13	Foglalkoztatáspolitikai	László Gyula	T	2+0	K	3
M17MAC14	Haladó gyakorlati pénzügyi döntések	Pintér Éva	T	0+2	K	3
M17MAC17	Marketingstratégiai szimuláció	Reketye Gábor	T	0+2	GY	3
M17MAC18	Nemzetközi adózás	Márkus Gábor	T	2+0	K	3
M17MAC19	Tudományos diákköri munka MSc tavasz	Kaposi Zoltán	T	0+2	GY	3
M17MAC20	Üzleti etika	Somogyvári Márta	T	2+0	K	3
M17MAC21	Mentorálás elméletben és gyakorlatban	Gyarmatiné Bányai Edit	Ő/T	0+2	GY	3
M17MAC22	Simonyi inkubációs program I.	Dr Bedő Zsolt	Ő/T	0+4	GY	6
M17MAC23	Simonyi inkubációs program II.	Dr Bedő Zsolt	Ő/T	0+4	GY	6
M17MAC24	Tudományos gyakorlat	Jarjabka Ákos	Ő	0+2	GY	3
M17MAC25	Game of Stocks - A market simulation	Csapi Vivien	Ő	0+2	GY	3
M17MAC26	Vállalkozói kompetenciafejlesztés	Titkos Csaba	T	0+2	GY	3
M17MAC27	Résztétel tudományos munkában I.	Jarjabka Ákos	Ő/T	0+2	GY	3
M17MAC28	Résztétel tudományos munkában II.	Jarjabka Ákos	Ő/T	0+2	GY	3
M17MAC29	Operációkutatás	Kruzslicz Ferenc	T	2+0	K	3
M17MAC30	Együttműködő (asszertív) kommunikáció az üzleti életben	Gyarmatiné Bányai Edit	Ő	0+2	GY	3
	<i>Egyéb befogadott Campus kredit</i>					
Teljesítendő kredit összesen:						9

A szabadon választható tárgyak kínálatát a Kar igény szerint módosíthatja. A választható tárgyak aktuális listáját – melyben kizárólag a Kreditátviteli Bizottság által jóváhagyott tárgyak szerepelhet – a Tanulmányi Osztály minden félév elején közzéteszi.

D modul - Diplomakonzultáció

Tárgykód	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Telj.	Kredit
M17MAD01	Diplomakonzultáció	Konzulens	4	150	K	15
Teljesítendő kredit összesen:						15

3. RÉSZMUNKAI DŐS (LEVELEZŐ) KÉPZÉS SZERKEZETE**Ajánlott mintatanterv:**

1. év		2. év	
Ősz	Tavaszi	Ősz	Tavaszi
Alkalmazott statisztika és ökonometria (6 kredit)	Termelés- és folyamatmenedzsment (6 kredit)	Stratégiai vezetés (6 kredit)	Emberi erőforrás menedzsment rendszerek és alkalmazások (6 kredit)
Befektetési döntések (6 kredit)	Üzleti intelligencia (6 kredit)	Startup marketing (6 kredit)	Személymarketing (6 kredit)
Marketingmenedzsment (6 kredit)	Marketing- és márkasstratégia (6 kredit)	Virtuális közösségek (6 kredit)	Diplomakonzultáció (15 kredit)
Marketingkutatás haladóknak (6 kredit)	Integrált marketingkommunikáció (6 kredit)	Marketingpénzügyek (6 kredit)	
Fogyasztói magatartás (6 kredit)	Szolgáltatásmarketing és – menedzsment (6 kredit)	Szabadon választható (6 kredit)	
	Szabadon választható (3 kredit)		
Σ 30 kredit	Σ 33 kredit	Σ 30 kredit	Σ 27 kredit

A hallgató az 1. ill. 2. év tárgyait a kezdéstől függően tavasz- őszi vagy őszi- tavasz sorrendben teljesíti.

Tárgykód	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Telj.	Kredit
A modul – Gazdaságtani és társadalomtudományi ismeretek						
LM17MAK01	Alkalmazott statisztika és ökonometria	Rappai Gábor	Ő	28	K	6
LM17MAK02	Befektetési döntések	Bélyácz Iván	Ő	28	K	6
LM17MAK03	Marketingmenedzsment	Pavluska Valéria	Ő	28	K	6
LM17MAK04	Termelés- és folyamatmenedzsment	Vörös József	T	28	K	6
LM17MAK05	Üzleti intelligencia	Kruzslíc Ferenc	T	28	K	6
LM17MAK06	Stratégiai vezetés	Somogyvári Márta	Ő	28	K	6
Teljesítendő kreditek összesen:						36
B modul – Szakmai ismeretek						
LM17MAB01	Fogyasztói magatartás	Törőcsik Mária	Ő	28	K	6
LM17MAB02	Marketingkutatás haladóknak	Szűcs Krisztián	Ő	28	K	6
LM17MAB03	Integrált marketingkommunikáció	Orosdy Béla	T	28	K	6
LM17MAB04	Szolgáltatásmarketing és -menedzsment	Lányi Beatrix	T	28	K	6
LM17MAB05	Marketingpénzügyek	Rekettye Gábor	Ő	28	K	6
LM17MAB06	Marketing- és márkastratégia	Orosdy Béla	T	28	K	6
LM17MAB07	Startup marketing	Lányi Beatrix	Ő	28	K	6
LM17MAB08	Virtuális közösségek	Nagy Ákos	Ő	28	K	6
LM17MAB09	Emberi erőforrás menedzsment rendszerek és alkalmazások	Ásványi Zsófia	T	28	K	6
LM17MAB10	Személymarketing	Törőcsik Mária	T	28	K	6
Teljesítendő kreditek összesen:						60
C modul – Szabadon választható modul						
LM17MAC01	A piacelmélet üzleti alkalmazásai	Barancsik János	Ő	14	K	3
LM17MAC02	Vállalkozástan	Bedő Zsolt	Ő	14	K	3
LM17MAC07	Üzleti etika	Somogyvári Márta	T	14	K	3
LM17MAC08	Üzleti jog	Barakonyi Eszter	T	14	K	3
Teljesítendő szabadon választható kreditek összesen:						9
D modul - Diplomakonzultáció						
LM17MAD01	Diplomakonzultáció	Konzulens	3/4	150	K	15
Teljesítendő kredit összesen:						120

* a nappali képzés azonos tárgyával összevontan teljesíthető (heti 2 óra, hétközi időpontban)

A szabadon választható tárgyak kínálatát a Kar igény szerint módosíthatja. A választható tárgyak aktuális listáját – melyben kizárólag a Kreditátviteli Bizottság által jóváhagyott tárgy szerepelhet – a Tanulmányi Osztály minden félév elején közzéteszi.

4. DIPLOMAKONZULTÁCIÓ

A diplomakonzultáció 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.

5. 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.