

**PTE KTK  
MSC-TANTERV**

**MSC2014**

**ÜZLETI KÉPZÉSI ÁG  
MARKETING  
MESTERSZAK**

**TELJES MUNKAIDŐS (NAPPALI) KÉPZÉS**

**Pécs, 2016.**

# 1. Alapvető jellemzők

## 1.1 A szak felelős vezetői

A szak felelőse: Törőcsik Mária egyetemi tanár.

A szak vezetője és a szak-modul, szakdolgozat és záróvizsga felelőse: Pavluska Valéria egyetemi docens

## 1.2 A szak Képzési és Kimeneti Követelményei

/2014.08.27/

**1. A mesterképzési szak megnevezése:** marketing (Marketing)

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

- végzettségi szint: mesterfokozat (magister, master; rövidítve: MSc)
- 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 kereskedelem és marketing, a gazdálkodási és menedzsment, a nemzetközi gazdálkodás, a pénzügy és számvitel, a turizmus-vendéglátás, az emberi erőforrások alapképzési szakok.
- 4.2. A bemenethez a 11. pontban meghatározott kreditek teljesítésével számításba vehetőek az alkalmazott közgazdaságtan, a gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés, valamint a közszolgálati alapképzési szakok.
- 4.3. A 11. pontban meghatározott kreditek teljesítésével vehetők figyelembe továbbá azok az alap- vagy mesterfokozatot adó szakok, illetve a felsőoktatásról szóló 1993. évi LXXX. törvény szerinti főiskolai vagy egyetemi szintű alapképzési 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.

- 6.1. Az alapozó ismeretekhez rendelhető kreditek száma: 20–25 kredit.
- 6.2. A szakmai törzsanyaghoz rendelhető kreditek száma: 30–45 kredit.
- 6.3. A differenciált szakmai anyaghoz rendelhető kreditek száma: 30–45 kredit.
- 6.4. A szabadon választható tantárgyakhoz rendelhető kreditek minimális értéke: 6 kredit.
- 6.5. A diplomamunka készítéséhez rendelt kreditérték: 15 kredit.
- 6.6. A gyakorlati ismeretek aránya legalább 30%.

**7. A mesterképzési szak képzési célja, az elsajátítandó szakmai kompetenciák:**

A képzés célja olyan 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 menedzselésére, különböző

szervezetek, folyamatok és szakmai programok irányítására, a szükséges marketingeszközök tartalmának meghatározására, feladatok végrehajtásának koordinálására, kapcsolattartásra belső és külső funkciókkal, szervezetekkel. Megfelelő ismeretekkel rendelkeznek tanulmányaik doktori képzés keretében történő folytatására.

*a) A mesterképzési szakon végzettek ismerik*

- a társadalmi, gazdasági, piaci környezetet, annak mechanizmusait, szervezeteit, működési elveit, fejlődési trendjeit különböző szinteken,
- Európai Unió működését, szakmailag releváns irányelveit, szabályozását,
- a marketingrendszer működését, az értékalkotás módjait, az érték mérésének és növelésének módszereit,
- a vállalati gazdálkodás átfogó kategóriáit, a teljesítmény mérésének módjait és marketingterülettel való kapcsolatát,
- az értékalkotó marketingfolyamatok és az innováció kapcsolatát,
- a marketing részterületek mérésének és elemzésének módszereit,
- az adatok magas szintű kvantitatív elemzésének (közgazdasági, ökonometriai, matematikai-statisztikai) módszereit,
- a komplex problémák megoldásának technikáit,
- kultúraközi kutatás módszertanát,
- a marketingtervezés folyamatát, módszereit,
- a vevőorientáció érvényesítésének szervezeti formáit és folyamatait,
- a szakterületre vonatkozó nemzetközi és hazai szakirodalmat,
- a választott doktori képzés igényeinek megfelelő kutatási módszertant.

*b) A mesterképzési szakon végzettek alkalmasak*

- a vállalat értékalkotó tevékenységének átlátására és a vállalati stratégia kialakításában való részvételre,
- a marketing, kereskedelmi és logisztikai folyamatok teljesítménymutatóinak meghatározására és a pénzügyi és nem-pénzügyi teljesítménymutatók elemzésére,
- a piaci jelenségek elmélyült elemzésére,
- marketingprogramok és -tervek összeállítására és a tervezés irányítására,
- egyes marketing-részterületek irányítására (pl. termékmenedzsment, termékfejlesztés, reklám, értékesítés, személyes eladás, ár kialakítás, kutatás stb.) és ugyanezen területek vezető szakértőjeként való működésre,
- szervezetközi együttműködésben való részvételre, illetve szervezetközi projektek irányítására,
- nemzetközi szakspecifikus együttműködésben való részvételre,
- üzleti tárgyalások hatékony folytatására.

*c) A szakképzettség gyakorlásához szükséges személyes adottságok, készségek*

- etikus magatartás,
- vezetői képesség,
- motivációs és irányító képesség,
- empátia más kultúrák, illetve szakterületek megközelítéseit illetően,
- kreatív problémamegoldó és eredeti látásmód,
- hatékony projektirányító és -szervezőképesség,
- szociális és morális kérdések iránti nyitottság,
- konfliktusmegoldó képesség,

- nyitottság az együttműködésre,
- felelősségvállalás a saját és mások teljesítményéért,
- két idegen nyelven tárgyalóképes kommunikációs készség.

## **8. A mesterfokozat és a szakképzettség szempontjából meghatározó ismeretkörök:**

8.1. Az alapképzésben megszerzett ismereteket tovább bővítő, mesterfokozathoz szükséges alapozó ismeretkörök 20–25 kredit:

modern közgazdasági elméletek, döntéelméleti és módszertani ismeretek, szervezetek és vállalkozások gazdálkodása és vezetése, irányítása, stratégiai menedzsment, pénzügyi menedzsment, a marketing vezetési kérdései, értékteremtő, logisztikai folyamatok tervezése és irányítása.

8.2. A szakmai törzsanyag kötelező ismeretkörei 30–45 kredit:

környezet- és piacelemzés tervezése, végrehajtása, marketingkutatás módszertana, marketing információs és döntéstámogató rendszer, a fogyasztáselmélet kérdései 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-kontrolling, interkulturális, nemzetközi marketing kérdései, társadalomtudományi módszertanok, legújabb szakmaterületi eredmények elsajátítása, alkalmazása.

8.3. A szakmai törzsanyag kötelezően választható ismeretkörei:

differentiált szakmai ismeretek 30–45 kredit:

specializációk, szakmai modulok, illetve szabályozottan választható szakmai tantárgyak az intézményi sajátosságoknak megfelelően;

diplomamunka: 15 kredit.

## **9. A képzéshez kapcsolt szakmai gyakorlat követelményei:**

A diplomamunkához kapcsolódóan az intézményi tanterv határozza meg.

## **10. Idegennyelvi követelmények:**

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.

## **11. A mesterképzésbe való belépés feltételei:**

A hallgatónak a kredit megállapításának alapjául szolgáló ismeretek – felsőoktatási törvényben meghatározott – összevetése alapján elismerhető legyen legalább 30 kredit a korábbi tanulmányai szerint – az üzleti alapképzési szakok képesítési követelményei tartalmának megfelelően – az alábbi ismeretkörökben:

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

### 1.3 A képzés célja és alapvető struktúrája

#### Kinek érdemes a marketing mesterprogramot (MSc in Marketing) választani?

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 (MSc in Marketing) választani?

A pécsi közgazdász hallgatója nemcsak megszerzi a tudást, hanem azt is jól megtanulja, hogyan használja föl 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 (MSc in Marketing) 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 egyaránt. Különös alaposítással 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 éppen úgy, mint annak lehetőségeit, eszközeit és módszereit az induló, és 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.

## 2. Teljes munkaidős (NAPPALI) képzés szerkezete

A Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kara a *Marketing*, a *Pénzügy*, valamint a *Vezetés és szervezés* üzleti mesterszakok esetében a nappali képzési rendben kétkapus képzési rendszert alkalmaz, melynek legfontosabb sarokpontjai az alábbiak:

- A szakok a felvételi eljárásban minden félévben meghirdetésre kerülnek.
- A szakközi kötelező modul tárgyai minden félévben meghirdetésre kerülnek a karon, így minden hallgatónak módja van a saját legelső aktív félévében hallgatni és abszolválni őket.
- A szakmai törzstárgyak alapozását csakis a szakközi alapozó modul tárgyai szolgálhatják, a szaktárgyaknál nincs helye a szekvenciális egymásra épülésnek. A szaktárgyak (tan)évente egyszer, rögzített félévben kerülnek meghirdetésre.
- A jogszabályokban rögzített hallgató választási szabadságot szolgálja a szakközi választható modul, melynek tárgykínálata kari szinten kerül kialakításra.
- A diplomamunka a Képzési és Kimeneti Követelmények által meghatározott 15 kreditértékének megfelelő súllyal integrálódik a mesterképzési programba. Amennyiben a hallgató képesnek bizonyul a 30 kredit/félév előrehaladásra, akkor az utolsó aktív félévben tantermi tanulmányi terhelése és vizsgakötelezettsége a jelentősen csökken. A felszabaduló munkaidő, a konzulenssel történő folyamatos konzultációk, illetve a minden félévben meghirdetésre kerülő Kutatásmódszertan tantárgyban elsajátított ismeretek és készségek együttesen megfelelő lehetőséget biztosítanak a diplomamunka elmélyült elkészítéséhez.

A mesterképzési tantárgyak kreditértékének meghatározásánál egységes elvet követtünk: a tantárgyak többsége heti 2 óra előadás + 2 óra gyakorlati (vagy szemináriumi) órával 6 kreditet ér. Az ettől eltérő esetekben is érvényes, hogy egy heti 2 tantermi órás tárgy 3 kredit, heti 4 órás tárgy 6 kredit megszerzésére jogosít. A három üzleti szak (*Marketing*, a *Pénzügy*, *Vezetés és szervezés*) részletes programja ún. tantervi modulokba szerveződik:

### Tantervi modulok:

A szakközi alapozó modul

B szakspecifikus modul

B1 szakos törzsmódul

B2 differenciált szakmai modul

C szakközi választható modul

D kutatásmódszertan és diplomamunka

### Jellemző

24 kredit

irányított választással össz 66 kredit

42 kredit

24 választható kredit

szabadon választva 12 kredit

3+15, összesen 18 kredit

kredit/félév	I.	II.	III.	IV.
6	A	B		B vagy C
6				D
6				
6	B	B vagy C		
6				

**A modul – Szakközi kötelező**

ETR	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Vizsga	Kredit
M14MAA01	Üzleti intelligencia	Kruzslicz Ferenc	Ő+T	2+2	K	6
M14MAA02	Alkalmazott statisztika és ökonometria	Rappai Gábor	Ő+T	2+2	K	6
M14MAA06	Termelés- és folyamat menedzsment*	Vörös József	Ő+T	2+2	K	6
M14MAA07	Közgazdaságtan	Mellár Tamás	Ő+T	2+2	K	6
<b>A modul összesen:</b>				<b>8+8</b>		<b>24</b>

\* a tantárgy angolul is teljesíthető.

**B modul – Szakspecifikus modul****Szakos törzsmódul tárgyai (B1)**

ETR	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Vizsga	Kredit
M14MAB07	Marketingmenedzsment	Pavluska Valéria	I	2+2	K	6
M14MAB01	Marketingkutatás haladóknak	Szűcs Krisztián	Ő	2+2	K	6
M14MAB02	Fogyasztói magatartás	Törőcsik Mária	Ő	2+2	K	6
M14MAB03	Marketingcsatornák irányítása	Fojtik János	Ő	2+2	K	6
M14MAB04	Kínálati és árstratégia	Lányi Beatrix	T	2+2	K	6
M14MAB05	Integrált marketingkommunikáció	Szűcs Krisztián	T	2+2	K	6
M14MAB06	Szolgáltatásmarketing és -menedzsment	Gyarmatiné Bányai Edit	T	2+2	K	6
<b>B1 modul összesen:</b>				<b>14+14</b>		<b>42</b>

**Differenciált szakmai modul tárgyai (B2)**

ETR	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Vizsga	Kredit
M14MAB08	Global Marketing Management	Lányi Beatrix	T	2+2	K	6
M14MAB09	Hálózati és virtuális marketing	Gyarmatiné Bányai Edit	Ő	2+2	K	6
M14MAB10	Márkastratégia	Törőcsik Mária Szűcs Krisztián	T	2+2	K	6
M14MAB11	Személyiségmarketing	Törőcsik Mária	T	2+2	K	6
M14MAB15	Felelős marketing	Schafferné Dudás Katalin	Ő	2+2	K	6
M14MAB16	Innovációs marketing	Lányi Beatrix	Ő	2+2	K	6
<b>B2 modul összesen:</b>						<b>24</b>



**C modul – Szakközi választható modul**

ETR	A tantárgy címe	Tárgyfelelős	Félév	Óra	Vizsga	Kredit
M14MAC05	A szervezeti kultúra vizsgálata és fejlesztése	Borgulya Istvánné	Ő	2+0	K	3
M14MAC06	Nemzetközi adózás *	Herich György	Ő	2+0	K	3
M14MAC15	Európai monetáris integráció	Schepp Zoltán	Ő	2+0	K	3
M14MAC07	Gazdaságpolitikai döntések	Szabó Zoltán	Ő	2+0	K	3
M14MAC08	Gender-hatás az üzleti életben	Farkas Ferencné	Ő	2+0	K	3
M14MAC09	International Business Negotiation	Dévényi Márta	Ő	2+0	K	3
M14MAC10	Minőségirányítás	Kiss Tibor	Ő	2+0	K	3
M14MAC11	Munkaügyi kapcsolatok	László Gyula	Ő	2+0	K	3
M14MAC12	Turizmuspolitika és versenyképesség	Bakucz Márta	Ő	2+0	K	3
M14MAC13	Vállalatgazdasági döntések megalapozása	Kovács Kármén	Ő	2+0	K	3
M14MAC14	Vállalatkormányzás	Barakonyi Károly	Ő	2+0	K	3
M14MAC02	Üzleti etika és vállalati kultúra	Andrássy György	Egyedi	2+0	K	3
M14MAC25	Az európai városok működése és a piacgazdaság	Kaposi Zoltán	T	2+0	K	3
M14MAC16	Corporate Governance	Bedő Zsolt	T	2+0	K	3
M14MAC17	Európai Uniós pályázatok menedzselése	Lóránd Balázs	T	2+0	K	3
M14MAC18	Innováció és innovációmenedzsment	Szerb László	T	2+0	K	3
M14MAC19	Makrogazdasági egyensúlytalanság	Bessenyei István	T	2+0	K	3
M14MAC20	Mikroökonómia a gazdasági gyakorlatban	Barancsuk János	T	2+0	K	3
M14MAC21	Munkaerőpiaci politikák	László Gyula	T	2+0	K	3
M14MAC22	Személyes pénzügyek	Kuti Mónika	T	2+0	K	3
M14MAC23	Üzleti Etika	Somogyvári Márta	T	2+0	K	3
M14MAC24	Városmarketing	Bakucz Márta	T	2+0	K	3
M14MAC40	Simonyi inkubációs program MSc I.	Bedő Zsolt	Ő-T	0+2	gy	3
M14MAC41	Simonyi inkubációs program MSc II.	Bedő Zsolt	Ő-T	0+2	gy	3
M14MAC31	Megtújuló energiák gazdasági és üzleti alkalmazásai	Somogyvári Márta	Ő	0+2	gy	3
M14MAC32	Kultúramarketing	Pavluska Valéria	Ő	2+0	k	3
M14MAC33	A piacelmélet üzleti alkalmazásai	Barancsuk János	T	2+0	k	3
<b>Korábbi választható tárgyak</b>						
M14MAC26	Vezetői controlling	Hanyecz Lajos	Egyedi	1+1	K	3
M14MAC03	A rendszerváltozás gazdaságelméleti-gazdaságpszichológiai értelmezése	Weisz János	Egyedi	2+0	K	3
M14MAC04	Gazdasági bűnözés és bűncselekmények	Gál István László	T	2+0	K	3
M14MAC27	Interdisciplinary Action Learning I.	Golesorkhi Kia	T (nyár)	42 óra (max 6 hét)	gy	3
M14MAC28	Interdisciplinary Action Learning II.	Golesorkhi Kia	T (nyár)	42 óra (max 6 hét)	gy	3
M14MAC29	Vállalkozói kompetenciafejlesztés	Titkos Csaba	2	0+2	gy	3
M14MAC30	Vállalkozói ötletfejlesztés	Bedő Zsolt	3	0+2	gy	3
<b>C modul összesen:</b>				<b>12</b>		<b>12</b>

\* ajánlott az Adótan (BA) tárgy teljesítése

C modul tárgyak 12 fős létszámtól indulnak.

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.

**D modul – Kutatásmódszertan és diplomamunka**

<b>ETR</b>	<b>A tantárgy címe</b>	<b>Tárgyfelelős</b>	<b>Félév</b>	<b>Óra</b>	<b>Vizsga</b>	<b>Kredit</b>
M14MAD01	Kutatásmódszertan	Kovács Kármén	3	0+2	K	3
M14MAD02	Diplomadolgozat konzultáció	Konzulens	4	0+2	K	3
M14MAD03	Diplomadolgozat 1. bíráló	1. bíráló	4	0	K	6
M14MAD04	Diplomadolgozat 2. bíráló	2. bíráló	4	0	K	6
<b>D modul összesen:</b>				<b>12</b>		<b>18</b>

**Szakedolgozat**

A szakedolgozat védésére a záróvizsgán kerül sor. A végbizonyítvány (abszolutórium) megléte nélkül záróvizsgára nem kerülhet sor. Amennyiben a szakedolgozat minősítése vagy a védés eredménye elégtelen, új szakedolgozatot kell benyújtani.