Edutus Egyetem

Marketing mesterképzési szak

Tanterv 2023/2024

Lezárva:
2023.07.25.

A szak alapadatai:

Marketing (Marketing)	
Képzésért felelős intézmény	Edutus Egyetem
Intézményi azonosító száma	FI38139
Címe	2800 Tatabánya, Stúdium tér Pf. 181.
Tatabányai tagozat	„A” épület: Tatabánya, Stúdium tér 1. „B” épület: Tatabánya, Béla király krt. 58.
Budapesti Tagozat	1114 Budapest, Villányi út 11-13.
Honlap	www.edutus.hu
Felelős vezető	Némethné Dr. Gál Andrea, rektor
Képzésért felelős vezetők	
Szakfelelős Tanszék	Gazdaságtudományi Tanszék
Tanszékvezető	Vigh László PhD
Szakfelelős	Dr. Réger Béla
Képzési adatok	
Felvétel feltétele	alapfokozat
Teljes kreditérték beszámításával figyelembe vehető szakok:	a gazdaságtudományok képzési területről a gazdálkodási és menedzsment, a pénzügy és számvitel, a nemzetközi gazdálkodás, a kereskedelem és marketing, a műszaki képzési területről a műszaki menedzser alapképzési szak.
A mesterképzésbe való belépés feltételei további szakok esetén:	A mesterképzésbe való belépéshez szükséges minimális kreditek száma legalább 30 kredit az alábbi területekről: - módszertani ismeretek (matematika, statisztika, informatika) területéről legalább 5 kredit; - elméleti közgazdaságtani ismeretek (mikro- és makroökonómia, nemzetközi gazdaságtan, regionális gazdaságtan, gazdaságtörténet) területéről legalább 5 kredit ; - üzleti szakmai ismeretek (vállalatgazdaságtan, vállalati pénzügy, marketing, számvitel, vezetés-szervezés, emberi erőforrás) területéről legalább 10 kredit.
Képzés szintje	mesterképzés
Végzettség	mesterfokozat (MSc)
Az oklevélben szereplő szakképzettség magyarul	okleveles közgazdász marketing szakon
Az oklevélben szereplő szakképzettség angolul	Economist in Marketing
Képzési idő	4 félév
Megszerzendő kreditek száma	120 kredit

A szakképzési célja	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.
Végbizonyítvány (abszolutórium) kiállításának feltétele	Végbizonyítvány (abszolutórium): a tantervben előírt vizsgák eredményes letételét és más tanulmányi követelmények teljesítését, illetve a képzési és kimeneti követelményekben előírt kreditpontok megszerzését igazolja, amely minősítés és értékelés nélkül tanúsítja, hogy a hallgató a tantervben előírt tanulmányi és vizsgakövetelménynek mindenben eleget tett.
Szakdolgozat	A szakdolgozat olyan konkrét szakterületen adódó közgazdász feladat megoldása vagy kutatási feladat kidolgozása, amely a hallgató tanulmányai során megszerzett ismereteire támaszkodva, kiegészítő szakirodalmak tanulmányozásával a belső és külső konzulensek irányításával egy félév alatt elkészíthető. A jelölt a szakdolgozattal igazolja, hogy kellő jártasságot szerzett a tanult ismeretanyag gyakorlati alkalmazásában, képes a közgazdász feladatainak elvégzésére és a tananyagon túl jártas egyéb szakirodalomban is, amelyet értékteremtő módon képes alkalmazni. Formai követelmények: a Neptun Tanulmányi Rendszerben megtalálható Szakdolgozati útmutató tartalmazza. A szakdolgozat kreditértéke: 15 kredit
Záróvizsgára bocsátás feltétele	A hallgató tanulmányait mesterképzésben záróvizsgával fejezi be. A záróvizsgára bocsátás feltétele a végbizonyítvány (abszolutórium) megszerzése, és a bírálatra elfogadott szakdolgozat elkészítése.
Záróvizsga	A záróvizsga az oklevél megszerzéséhez szükséges ismeretek, készségek és képességek ellenőrzése és értékelése, amelynek során a hallgatónak arról is tanúságot kell tennie, hogy a tanult ismereteket alkalmazni tudja. A záróvizsga a szakdolgozat megvédéséből és komplex írásbeli vizsgából áll. a záróvizsgán a hallgató ötfokozatú értékelés szerint két részjegyet szerez az alábbiak szerint: a) a szakdolgozat végleges értékelése, amelyet a Záróvizsga Bizottság a két bíráló értékelése és a szakdolgozat szóbeli védése alapján állapít meg egyetlen érdemjegyként, b) a komplex szóbeli vizsga értékelése. A záróvizsga végső eredménye a részeredmények egyszerű számtani átlaga.
Oklevélátlag	A szakdolgozat végleges értékelésének és a komplex szóbeli vizsga értékelésének egyszerű számtani átlaga.
Oklevél minősítése	Kiváló 4,80-5,00 Jeles 4,50-4,79 Jó 3,50-4,49 Közepes 2,50-3,49 Elégséges 2,00-2,49
Oklevélkiadás feltétele	A felsőfokú tanulmányok befejezését igazoló oklevél kiadásának előfeltétele a sikeres záróvizsga, továbbá az előírt nyelvvizsga letétele. A mesterfokozat megszerzéséhez egy élő idegen nyelvből államilag elismert, középfokú (B2), komplex típusú nyelvvizsga, vagy ezzel egyenértékű érettségi bizonyítvány vagy oklevél szükséges.
Munkarend	Teljesmunkaidős (nappali); részmunkaidős (levelező)

Az elsajátítandó szakmai kompetenciák
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 (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.

Óraterv:

Marketing mesterszak

nappali és levelező tagozat, szeptemberi kezdés

Szakfelelős: Dr. Réger Béla

Kötelező tárgyak

Minden hallgatónak ***kötelező teljesítenie e tantárgycsoport minden egyes tárgyát*** a tanulmányai során.

Előfeltétel	Tárgykód	Tantárgy megnevezése	Heti óraszám		Féléves óraszám		Kredit	Követel-mény	Mo-dul	Tanszék
			Elm.	Szem.	Elm.	Szem.				
I. félév										
	M-0-A104T	**Modern közgazdasági és piacelméletek**	2	1	8	4	5	5k	GT	KMA
	M-0-A103T	**Marketing-menedzsment**	2	2	10	10	5	5 k	GT	GTT
	M-0-A101T	**Döntéselmélet és módszertan**	1	2	4	8	5	5 gyj	GT	KMA
	M-0-A102T	**Értékteremtő logisztikai folyamatok**	1	2	4	8	5	5 k	GT	GTT
	M-0-A105T	**Vállalkozások gazdaságtana**	2	1	8	4	5	5 k	GT	GTT
	M-0-C101T	**Kutatásmódszertan**	1	1	6	6	5	5 gyj	VSZ	NYK
		Összesen (6 tárgy):	**9**	**9**	**40**	**40**	**30**			
II. félév										
	M-0-A202T	**Stratégiai menedzsment a marketingben**	2	1	8	4	5	5k	GT	GTT
	M-0-A201T	**Pénzügyi menedzsment**	2	1	8	4	5	5 k	GT	GTT
	M-0-C203T	**Fogyasztói és vásárlói magatartás**	2	2	10	10	5	5 gyj	MSZ	GTT
	M-0-C205T	**Marketingkutatás, környezet- és piacelemzés**	2	2	10	10	5	5 gyj	MSZ	GTT
	M-0-C202T	**Értékesítés-menedzsment**	1	2	4	8	5	5 gyj	VSZ	GTT
		Szabadon választható tárgy 1.	2	1	8	4	5	5 k	SZV	
		Összesen (6 tárgy):	**11**	**9**	**48**	**40**	**30**			
III. félév										
	M-0-C302T	**Gazdasági- és versenyjog, üzleti etika és fogyasztóvédelem**	2	2	10	10	5	5 k	MSZ	KMA
Marketing-menedzsment	M-0-C304T	**Integrált marketingkommunikáció**	2	2	10	10	5	5 k	MSZ	GTT
	M-0-C306T	**Termék-, kínálat- és márkapolitika**	1	2	4	8	5	5 gyj	MSZ	GTT
	M-0-C305T	**Marketingtervezés és -kontrolling**	2	2	10	10	5	5 gyj	MSZ	GTT
	M-0-C301T	**A nemzetközi kereskedelem és piac aktualitásai és trendjei**	2	1	8	4	5	5 k	VSZ	GTT
		Szabadon választható tárgy 2.	1	2	4	8	5	5 k	SZV	
		Összesen (6 tárgy):	**10**	**11**	**46**	**50**	**30**			
IV. félév										
	M-0-C403T	**Nemzetközi és interkulturális marketing**	2	2	10	10	5	5 k	MSZ	GTT
Értékesítés-menedzsment	M-0-C401T	**Ellátási lánc menedzsment**	1	3	6	14	5	5 gyj	VSZ	GTT
Legalább 80 kreditpont	M-0-C402T	**Mester-szeminárium**	0	4	0	20	5	5 gyj	VSZ	együtt kell felvenni
Legalább 80 kreditpont		**Diplomamunka***					15	2 besz	VSZ	
		Összesen (3 tárgy):	**3**	**9**	**16**	**44**	**30**			
		Mesterszak teljesítésének összes kreditpontja (21 tárgy + diplomamunka):	**33**	**38**	**150**	**174**	**120**			

* A diplomamunka érdemjegyét a Záróvizsga Bizottság állapítja meg.

Szabadon választható tárgyak

Az alábbi tárgycsoportból ***minimum 10 kreditpont*** értékű tárgyat kell teljesíteni.

Előfeltétel	Tárgykód	Tantárgy megnevezése	Heti óraszám		Féléves óraszám		Kredit	Követel-mény	Mo-dul	Tanszék
			Elm.	Szem.	Elm.	Szem.				
-	M-4-D405T	**Etika**	2	1	8	4	5	5k	SZV	KMA
-	M-4-C206T	**Content marketing**	2	1	8	4	5	5gyj	SZV	GTT
		Alkalmazott logisztika	1	2	4	8	5	5gyj	SZV	GTT
		Ökológiai közgazdaságtan	1	2	4	8	5	5k	SZV	KMA
-		**Globalizációs folyamatok**	1	2	4	8	5	5k	SZV	GTT
		Nemzetközi üzleti földrajz	2	1	8	4	5	5k	SZV	GTT
-	M-4-C303T	**Innovációmenedzsment**	1	2	4	8	5	5k	SZV	MI

Jelmagyarázat:

MODUL	
Gazdaságtudományi és társadalomtudományi ismeretek	GT
Marketing szakmai ismeretek	MSZ
Választható szakmai modulok	VSZ
Szabadon választható tárgyak	SZV
KÖVETELMÉNY	
kétfokozatú értékelés	2
háromfokozatú értékelés	3
ötfokozatú értékelés	5
gyakorlati jegy	gyj
kollokvium	k
aláírás	ai
beszámoló	besz
kritérium követelmény	krit
TANSZÉK	
Gazdálkodástudományi Tanszék	GTT
Közgazdasági és Módszertani Alapozó Tanszék	KMA
Műszaki Intézet	MI
Nyelvi és Kommunikációs Tanszék	NYK
Turizmus Tanszék	TUR