

# **Marketing mesterképzési szak**

## **képzési és kimeneti követelményei**

**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 erőforrás alapképzési szakok.

4.2. A bemenethez a 11. pontban meghatározott kreditek teljesítésével számításba vehetőek az alkalmazott közgazdaságtan, a gazdaságelemzés, valamint a közszolgálati alapképzési szakok.

4.3. A 11. pontban meghatározott kreditek teljesítésével vehetők figyelembe továbbá azok az alap- vagy mesterfokozatot adó alapképzési 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,
- a 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, árkialakítás, 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 alapoó 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, marketingkutató 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:*

szakirányok, 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.

## **Oktatási Hivatal nyilvántartásában szereplő adatok**

- a) A képzés megnevezése: marketing mesterképzési szak
- b) A képzés kódja: -
- c) A képzés besorolása: gazdaságtudományok képzési terület
- d) Szakirányok: business marketing, értékesítés menedzsment, non-business marketing
- e) Megszerezhető végzettség, szint és annak ISCED besorolása: mesterfokozat
- f) Megszerezhető szakképzettség: okleveles közgazdász, marketing szakon

- g) A képzés nyelve: magyar
- h) A képzés helye: székhelyen (Miskolc)
- i) Képzési idő: 4 félév
- j) A képzés során megszerzendő kreditek száma: 120 kredit
- k) A nyilvántartásba vétel ideje: OH-FRKP/17779-3/2007. sz. határozat (2007. 12. 18.)
- l) A meghirdetés kezdetének ideje: 2008/2009. tanév
- m) A meghirdetés végének ideje: -
- n) Képzési együttműködések: -
- o) Közös, illetve affiliációs képzés: nem
- p) Oklevelet kiállító intézmény: Miskolci Egyetem
- q) A képzés folytatásához szükséges határozatok adatai:
  - Szenátus 4/2007. sz. határozata (2007. március 7.)
  - MAB 2007/8/XII/3/63. sz. határozat (2007. október 5.)
- r) Szakfelelős oktató neve, oktatói azonosítója: Dr. Piskóti István, 72133820149
- s) Képzési és kimeneti követelmény: 15/2006. (IV. 3.) OM rendelet