



MARKETING MESTERKÉPZÉSI SZAK

Érvényes: 2020/2021/1 félévben kezdők számára

Frissítve: 2021.09.24.

Általános adatok:

Szakfelelős: Dr. Bauer András, egyetemi tanár

Képzés helyszíne: Budapest

Munkarend: nappali

Képzés nyelve: magyar, angol

Duális képzésben indul-e: nem

Specializációk:

Nincsen specializáció.

Képzési és kimeneti követelmények

- 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: Economic in Marketing
- 3. Képzési terület:** gazdaságtudomány
- 4. A mesterképzésbe történő belépésnél előzményként elfogadott szakok**
 - 4.1. Teljes kreditérték beszámításával vehető 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:** 342/0414
- 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 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 analizisét, 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, 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 fogyasztásemélet 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] 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 makroökönómia, 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.

10. Szigorlatok

nincsenek szigorlatok

11. A végbizonyítvány kiállítás követelményei

Maximális képzési idő alatt a képzési és kimeneti követelményekben előírt, az oklevél megszerzéséhez szükséges kreditpontok megfelelő, az operatív tantervek által előírt struktúrában történő teljesítése. Az előírt kreditmennyiség minimum 2/3 részét az anyaegyetemen kell teljesíteni.

12. Szakdolgozattal szemben támasztott követelmények

- A szakdolgozat minimális terjedelme 50 oldal;
- A szakdolgozattal szembeni tartalmi és formai követelményeket a mesterképzési szakok esetén a Tanulmányi és Vizsgaszabályzat 1/A.1.1. számú melléklete tartalmazza.

13. Záróvizsgára bocsátás követelményei

- az abszolutórium megszerzése,
- szakdolgozat/diplomamunka benyújtása és annak a bíráló(k) által történő elfogadása,
- Egyetemmel szemben fennálló fizetési kötelezettségének eleget tett.

14. Záróvizsga részei

A hallgató a záróvizsga keretében a komplex vizsgán ad számot a szakmai ismereteiről, megvédi a szakdolgozatát és felel a záróvizsga követelményeként meghatározott – szakdolgozathoz/diplomamunkához kapcsolódó–témakörökből.

15. Záróvizsga eredményének megállapítása

A záróvizsgára kapott érdemjegy a bírálati érdemjegy vagy érdemjegyek és a szóbeli védésre kapott érdemjegy számtani átlaga, két tizedes jegyig számolva.





16. Oklevél minősítés összetevői, kiszámítás módja

Az alábbi tételek súlyozott átlagából adódik, két tizedes jegyig számolva:

- a kötelező tantárgyak érdemjegyeinek átlaga,
- a komplex vizsgára kapott érdemjegy,
- a záróvizsgára kapott érdemjegy kétszeres súllyal.

17. Tehetséggondozó tevékenység

A tehetséges hallgatók kiemelkedésének lehetőségét szolgálja:

- a tantárgyak, tantárgycsoportok, a törzs- és választható tárgyak anyagának problémaorientáltsága, sokirányú elméleti megalapozottsága, az ismereteket gyakorlatban alkalmazó készségek szisztematikus fejlesztési folyamata;
- az aktivizáló pedagógiai módszerek széleskörű alkalmazása, a hallgatók önálló feladatvégzése és a hallgatói munka rendszeres (évközi) tanári értékelése;
- eset és projekt alapú oktatás;
- a gyakorlati szakemberek bevonása az oktatási tevékenységbe;
- a szakdolgozat és az oktatásban résztvevő tanszékek kutatási projektjeinek kapcsolódása;
- önálló szekció működtetése a Tudományos Diákköri mozgalom keretein belül;
- külföldi tanulmányutak szervezése a CEMS, Socrates / Erasmus, a Leonardo és a CEEPUS, valamint más intézményi programok segítségével, amelyben a részvétel külön feltételhez kötött, de támogatott.

18. Kutatás-fejlesztésre, illetve a doktori képzésre való felkészítés

A Marketing mesterszak elsősorban Gazdálkodástudományi Doktori Iskolák (vagy ezzel ekvivalens külföldi Ph.D programok) szakterületén történő tanulásra készíti elő a hallgatókat.

A mesterszak tanterve szisztematikusan építi fel azt az elméleti látásmódot, módszertani és kutatási jártasságot és problémaérzékenységet, amely a doktori képzésre közvetlenül is alkalmassá teszi a végzett hallgatót. A kutatási kérdések relevanciáját vendégtanárok, gyakorlati előadók bevonásával biztosítjuk, illetve a kutatási megközelítések nemzetközi gyakorlatát a résztvevők megismerhetik az egyes tantárgyak keretében.

A mesterszak tisztán módszertani tárgyaival (pl. kvantitatív módszerek, kvalitatív kutatás, kvantitatív kutatás, közönségkutatás stb.), illetve olyan módon készíti fel az érdeklődő hallgatókat a **doktori programra**, hogy minden szaktárgyban külön foglalkozik az adott témakör kutatási módszertanával. Természetesen a módszertani tárgyak mellett az igényes elméleti alapozás, illetve a doktori program iránt érdeklődők szakszeminárium keretében történő egyéni képzése is segíti a doktori programba történő későbbi belépést.

A szakszemináriumok illetve az egyes tárgyak keretében folyó projektmunka kapcsolódik az intézetben folyó **kutatás-fejlesztési** munkákhoz.





Marketing mesterképzési szak, Budapest képzési helyű, magyar nyelvű, nappali munkarendű képzés tanterve a 2020/2021. tanév 1. (őszi) félévében kezdő hallgatók számára																						
Tantárgy kód	Tantárgy név	jelleg	heti óraszám		kredit	értékelés	meghirdetés féléve	2020/21-es tanév		2021/22-es tanév		Kredit	Tárgyfelelős	Intézet	Előkövetelmény		Ekvivalens tárgy		Megjegyzés			
			ea	sz				1	2	3	4				Kód	Név	Kód	Név				
								ősz félév	tavaszi félév	ősz félév	tavaszi félév											
Kötelező tantárgyak								30	5	5	15	55										
Alapozó kötelező tantárgyak								20	0	0	0	20										
2MA41NAK01M	Marketingmenedzsment	K	2	2	5	v	ősz	5					Gyulavári Tamás	Marketing Intézet								
4MI25NAK01M	Üzleti közgazdaságtan	K	2	2	5	v	ősz	5					Trautmann László	Közgazdaságtan Intézet								
4OP13NAK03M	Kvantitatív módszerek	K	2	2	5	v	ősz	5					Solymosi István Tamás	Matematikai és Statisztikai Modellezés Intézet								
2JO11NAK01M	Gazdasági szerződések joga	K	2	2	5	v	ősz, tavasz	5	5				Bodzási Balázs	Pénzügy, Számvitel és Gazdasági Jog Intézet								
Szakmai kötelező tantárgyak								10	5	5	15	35										
2ME43NBK01M	Üzleti kommunikáció és stratégiája	K	2	2	5	v	ősz	5					Horváth Dóra	Marketing Intézet								
2MF44NBK02M	Marketingkutató és piacelemzés	K	0	4	5	gy	ősz	5					Simon Judit	Marketing Intézet								
2MA41NBK04M	Marketingstratégia	K	2	2	5	gy	tavaszi				5		Csepeli Ádám	Marketing Intézet								
2MF44NBK01M	Fogyasztáselmélet és vásárlói magatartás	K	2	2	5	gy	tavaszi		5	5			Neulinger Ágnes	Marketing Intézet								
2MA41NDK01M	Szakszeminárium I.	K	0	2	5	gy	ősz			5			Bauer András	Marketing Intézet								
2MA41NDK02M	Szakszeminárium II.	K	0	2	10	gy	tavaszi			10			Bauer András	Marketing Intézet	2MA41NDK01M	Szakszeminárium I.						
Kötelezően választható tantárgyak								0	20	10	15	45										
Alapozó kötelezően választható tárgyak: 1 X 1 tárgy								0	5	0	0	5										
2BE52NAK01M	Haladó vállalati pénzügy	KV	2	2	5	v	ősz	5		5			Csóka Péter	Pénzügy, Számvitel és Gazdasági Jog Intézet								
2PU51NAK02M	Számviteli beszámolók	KV	2	2	5	v	ősz	5		5			Gyenge Magdolna	Pénzügy, Számvitel és Gazdasági Jog Intézet								
2VE81NBK04M	Szervezeti magatartás és vezetés	KV	2	2	5	v	tavaszi		5				Toarniczky Andrea	Vezetéstudomány Intézet								
2VL60NCV01M	Döntésemélet	KV	2	2	5	v	ősz, tavasz	5	5				Zoltayné Paprika Zita	Nemzetközi, Politikai és Regionális Tanulmányok Intézet								
Szakmai kötelezően választható tárgyak: 2 X 1 tárgy 10 kredit értékben								0	5	0	5	10										
2MF44NBK04M	Interkulturális kommunikáció és marketing	KV	0	4	5	v	tavaszi		5		5		Malota Erzsébet	Marketing Intézet								
2MA41NAV02M	Szolgáltatásmarketing	KV	0	4	5	v	ősz, tavasz		5	5	5		Kenesei Zsófia	Marketing Intézet								
2MA41NBK02M	Termék- és márkastratégiák	KV	2	2	5	v	ősz, tavasz		5	5	5		Kolos Krisztina Ágnes	Marketing Intézet								
2ME43NDV03M	A designkommunikáció vállalatirányítási kérdései	KV	2	2	5	gy	ősz, tavasz	5	5	5	5		Cosovan Attila	Marketing Intézet								
Differenciált szakmai ismeretek (min. 30 kredit értékben)								0	10	10	10	30										
2MA41NCK02M	Ügyfélérték-menedzsment (CRM)	KV	2	2	5	v	ősz			5			Agárdi Irma	Marketing Intézet								
2MA41NCK04M	Marketing engineering	KV	2	2	5	v	tavaszi		5		5		Gyulavári Tamás	Marketing Intézet								
2MA41NBK05M	Értékesítési rendszer	KV	2	2	5	v	tavaszi		5		5		Agárdi Irma	Marketing Intézet								
2MA41NCK03M	Eladásmenedzsment	KV	0	2	3	v	ősz				3		Mitev Ariel Zoltán	Marketing Intézet								
MAME001NMBM	P&G Trade Marketing Master Class	KV	0	2	3	gy	ősz				3		Gyulavári Tamás	Marketing Intézet								
2ME43NAV12M	Adatvizualizáció a gyakorlatban	KV	0	2	3	gy	ősz				3		Kenesei Zsófia	Marketing Intézet								



Marketing mesterképzési szak, Budapest képzési helyű, magyar nyelvű, nappali munkarendű képzés tanterve a 2020/2021. tanév 1. (őszi) félévében kezdő hallgatók számára																			
Tantárgy kód	Tantárgy név	jelleg	heti óraszám		kredit	értékelés	meghirdetés féléve	2020/21-es tanév		2021/22-es tanév		Kredit	Tárgyfelelős	Intézet	Előkövetelmény		Ekvivalens tárgy		Megjegyzés
			ea	sz				1	2	3	4				Kód	Név	Kód	Név	
								őszi félév	tavaszi félév	őszi félév	tavaszi félév								
2MA41NCK05M	Árpolitika	KV	0	2	3	v	őszi, tavasz	3	3	3			Gyulavári Tamás	Marketing Intézet					
2KG23NCK01M	A környezetbarát fogyasztás vállalati támogatása	KV	2	2	5	v	őszi			5			Zsóka Ágnes	Marketing Intézet					
MAMM017NMMB	Kreatív- és médiatervezés	KV	2	2	5	v	őszi, tavasz		5	5	5		Horváth Dóra	Marketing Intézet					
2ME43NAV09M	Kommunikációs stílusgyakorlatok	KV	0	4	5	gy	tavaszi		5		5		Horváth Dóra	Marketing Intézet					
2ME43NAK06M	Digitális marketing	KV	0	4	5	gy	őszi, tavasz		5	5	5		Csordás Tamás Viktor	Marketing Intézet					
2ME43NCK02M	Public Relations kommunikáció vállalaton belül és kívül	KV	1	1	3	v	őszi, tavasz		3	3	3		Varga Ákos	Marketing Intézet					
2ME43NAV07M	Identitás tervezés és kreatív menedzsment	KV	2	2	5	v	őszi, tavasz		5	5	5		Cosovan Attila	Marketing Intézet					
2MF44NCK03M	A marketing kutatás többváltozós kvantitatív technikái	KV	2	2	5	v	tavaszi		5		5		Simon Judit	Marketing Intézet					
2MF44NCK01M	Kvalitatív és kvantitatív kutatási módszerek	KV	2	2	5	gy	őszi				5		Neulinger Ágnes	Marketing Intézet					
2MF44NCK02M	Marketing a szervezetközi piacokon	KV	2	2	5	v	tavaszi		5		5		Gáti Mirkó	Marketing Intézet					
2ME43NCK03M	Média- és közönségkutatás módszertana	KV	2	2	5	v	tavaszi		5		5		Urbán Ágnes	Informatika Intézet					
2EB34NDK01M	E-business üzleti modelljei	KV	2	2	5	v	tavaszi		5		5		Urbán Ágnes	Informatika Intézet					
Szabadon választható tantárgyak								0	5	15	0	20							
2ME43NAV13M	Neuromarketing	V	0	2	3	gy	őszi			3			Varga Ákos	Marketing Intézet					
MAMM007NMMB	CSR Kommunikáció	V	2	2	4	gy	tavaszi		5		5		Ásványi Katalin	Marketing Intézet					
2ME43NAV06M	Online marketing alkalmazásai	V	2	2	5	v	őszi			5			Csordás Tamás Viktor	Marketing Intézet					
2ME43NAV11M	Technológia és társadalom	V	0	2	3	gy	őszi			3			Horváth Dóra	Marketing Intézet					
2MA41NAK03M	Turisztikai termékek	V	2	2	5	v	őszi			5			Michalkó Gábor István	Marketing Intézet					
2MA41NAV03M	Örökségturizmus menedzsment	V	2	2	5	v	őszi			5			Jászberényi Melinda	Marketing Intézet					
2MA41NAK07M	Desztináció marketing és menedzsment	V	2	2	5	gy	őszi, tavasz		5	5	5		Pinke- Sziva Ivett	Marketing Intézet					
4KO03NBV08M	Az egészség- és szépségipar közgazdaságtana	V	2	2	5	v	őszi			5			Péntek Márta	Gazdaság- és Közpolitika Intézet					
2PU51NBK04M	Pénzügyi kimutatások elemzése	V	2	2	5	gy	tavaszi		5		5		Lukács János	Pénzügy, Számvitel és Gazdasági Jog Intézet					
2VL60NBK01M	Ellátási lánc menedzsment	V	2	2	5	v	őszi			5			Gelei Andrea	Vállalatgazdaságtan Intézet					
2VL60NBK02M	Értéktérítő folyamatok menedzsmentje	V	2	2	5	v	tavaszi		5		5		Városiné Demeter Krisztina	Vállalatgazdaságtan Intézet					
	Egyéb szabadon választhatók	V					őszi, tavasz						helyük változtatható						
Összes kredit								30	30	30	30	120							



Megjegyzések:

Jelleg: K-kötelező, KV-kötelezően választható, V-szabaddon választható, KR-kritérium tantárgy
Értékelés: v=vizsga, gy=gyakorlati jegy, a=aláírás, sz-szigorlat
Heti óraszám: ea-előadás, sz-szeminárium/gyakorlat

A hallgatók tanulmányaik során két féléven keresztül tanulhatnak térítésmentesen nyelvet a választható tantárgyak keretében.
A testnevelés 0 kredites kritérium tárgy. Két félévet kell teljesíteni aláírásért a képzési idő első négy féléve során.
A kötelező tantárgyakon kívül a hallgatók választható tantárgyakat vehetnek fel a választható tantárgyak (lásd Neptun), valamint az idegen nyelvek kínálatából.

Tanterv:

A tantárgyakat a mintatanterv szerinti ütemezésben ajánlott felvenni. A hallgató ettől eltérhet, figyelembe véve:

1. az előtanulmányi rendet,
2. tantárgyak meghirdetésének félévét
3. félévenkénti átlagos 30 kredit teljesítését.

Figyelem!

A kredittüllépés szabályai a Tanulmányi és Vizsgaszabályzatban, valamint a Hallgatói Térítési és Juttatási Szabályzat Díjtételek táblázatában vannak rögzítve.

Felhívjuk a figyelmüket, hogy tantervi változások lehetségesek!

A tanulmányok befejezéséhez kapcsolódó információk

A végbizonyítvány (abszolutórium) megszerzésének feltételei:

A Tanulmányi és Vizsgaszabályzatban szereplő maximális képzési idő alatt a szükséges kreditpontokat az operatív tantervek által előírt struktúrában teljesíteni kell. Az előírt kreditmennyiség minimum 2/3-át a Corvinus egyetemen kell teljesíteni.

A záróvizsgára bocskátás feltételei:

A hallgató záróvizsgára akkor bocskáttható, ha

- a végbizonyítványt (abszolutóriumot) megszerezte
- szakdolgozatát benyújtotta és azt a bíráló elfogadta

Záróvizsga:

A záróvizsga a felsőfokú iskolai végzettség megszerzéséhez szükséges számonkérés, amely során komplex vizsgán ad számot a specializációval kapcsolatos ismereteiről, valamint megvédi a szakdolgozatot és felel a záróvizsga követelményeként meghatározott - szakdolgozathoz kapcsolódó - témakörökből.

A záróvizsgára kapott érdemjegy a két bíráló által adott érdemjegy és a szóbeli védésre kapott érdemjegy számtani átlaga.

Az oklevél megszerzésének feltételei:

- az abszolutórium (végbizonyítvány) megszerzése
- sikeres záróvizsga
- idegen nyelvi 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.

Az oklevél minősítése az alábbi tételek súlyozott átlagából adódik:

- a kötelező tárgyak jegyeinek átlaga,
- a komplex vizsgára kapott érdemjegy,
- a záróvizsgára kapott érdemjegy (a két bíráló által adott érdemjegy és a szóbeli védésre kapott érdemjegy számtani átlaga) kétszeres súllyal.

A részletes szabályozás a Tanulmányi és vizsgaszabályzatban található meg.





MSc in Marketing master programme in Budapest, in English, full time training Curriculum for 2020/2021. (1.) fall semester for beginning students																			
Subject Code	Subject Name	Type	Number of hours per semester hours		Credits	Evaluation	Fall or Spring Semester	2020/21 Academic year		2021/22 Academic year		Credit	Subject responsible	Institute	Requirement		Requirement		Remarks
			Lecture	Seminar				1	2	3	4				Code	Name	Code	Name	
								Fall semester	Spring semester	Fall semester	Spring semester								
Foundation courses								30	0	0	0	30							
293NMARK653M	Marketing management	C	2	2	6	ex	fall	6					Bohl Patrick Robert	Institute of Marketing					
293NECOK636M	Managerial economics	C	2	2	6	ex	fall	6					Habis Helga	Institute of Economics					
293NMANK620M	Management and organization	C	2	2	6	ex	fall	6					Szilas Roland Ferenc	Institute of Management					
293NBUSK660M	Business communication and strategy	C	2	2	6	ex	fall	6					Horváth Dóra	Institute of Marketing					
293NMARK650M	Advanced marketing research	C	2	2	6	ex	fall	6					Gyulavári Tamás	Institute of Marketing					
Core courses								0	24	12	21	57							
293NLAWK562M	European Private Law	C	2	2	6	ex	spring		6				Jeffrey Alan Stewart	Institute of Finance, Accounting and Business Law					
293NFINK564M	Advanced corporate finance	C	2	2	6	ex	spring		6				Csóka Péter	Institute of Finance, Accounting and Business Law					
293NMARK652M	Qualitative and quantitative research	C	2	2	6	ex	spring		6				Neulinger Ágnes	Institute of Marketing					
293NMATK600M	Quantitative methods	C	2	2	6	ex	spring		6				Ábele-Nagy Kristóf	Institute of Mathematics and Statistical Modelling					
293NMARK601M	Theory of consumption and consumer behavior	C	2	2	6	ex	fall			6			Kelemen Zita Anikó	Institute of Marketing					
293NACCK640M	Financial Statements and Analysis	C	2	2	6	ex	fall			6			Kaliczka Nándor	Institute of Finance, Accounting and Business Law					
293NMARK741M	Marketing strategy	C	2	2	6	pg	spring				6		Bohl Patrick Robert	Institute of Marketing					
MAME005NAMB	Thesis Work Consultation I.	C	2	2	5	pg	fall				5		Bauer András	Institute of Marketing					
MAME006NAMB	Thesis Work Consultation II.	C	2	2	10	pg	spring				10		Bauer András	Institute of Marketing	MAME005NAMB	Thesis Work Consultation I.			
Mandatory elective courses								0	6	12	0	18							
293NMARK635M	Product and brand strategies	C	2	2	6	ex	spring		6				Kolos Krisztina Ágnes	Institute of Marketing					
293NOPRV517M	Decision Making Skills	C	2	2	6	ex	fall			6			Zoltayné Paprika Zita	Institute of International,					



MSc in Marketing master programme in Budapest, in English, full time training Curriculum for 2020/2021. (1.) fall semester for beginning students																				
Subject Code	Subject Name	Type	Number of hours per semester hours		Credits	Evaluation	Fall or Spring Semester	2020/21 Academic year		2021/22 Academic year		Credit	Subject responsible	Institute	Requirement		Requirement		Remarks	
			Lecture	Seminar				1	2	3	4				Code	Name	Code	Name		
								Fall semester	Spring semester	Fall semester	Spring semester									
														Political and Regional Studies						
2MA41NAK02M	Services Marketing	C	2	2	6	ex	fall			6			Kenesei Zsófia	Institute of Marketing						
Core elective courses								3	0	6	6	15								
ISCUBUS563	Advanced Media Economics	CE	2	2	6	ex	spring		6		6		Urbán Ágnes	Institute of Information Technology						
2SM95NAV04M	Online and Digital Marketing	CE	2	2	6	ex	fall, spring		6	6	6		Varga Ákos	Institute of Marketing						
293NMARK673M	Consumer Relationship Management	CE	2	2	6	ex	fall			6			Agárdi Irma	Institute of Marketing						
293NMARK676M	Global Marketing	CE	2	2	6	ex	spring				6		Kelemen Zita Anikó	Institute of Marketing						
293NMANV570M	Sales Management	CE	1	1	3	ex	fall			3			Mitev Ariel Zoltán	Institute of Marketing						
MAMM001NAMB	Ethics and Corporate Responsibility	CE	2	2	3	ex	fall	3		3			Ásványi Katalin	Institute of Marketing						
293NMARKV650M	Public Relations	CE	2	2	6	ex	fall	6		6			Varga Ákos	Institute of Marketing						
Criterion subjects								0	0	0	0	0								
IOK0001NABB	Hungarian Language SHI I.*	KR	0	4	3	pg	fall	3	3				Dobos Ágota	Centre of Foreign Language Education and Research						
IOK0004NABB	Hungarian Language SHI II.*	KR	0	4	3	ex	spring	3	3				Dobos Ágota	Centre of Foreign Language Education and Research						
Total credits								33	30	30	27	120								



Remarks:

Type: C-compulsory courses, CE-core elective courses, E-elective (optional) courses

Methods of assessment: ex-exam (exam at the end of the semester, but other forms of assessment are possible during the semester), pg-grade based on the practical assignments given during the course of the semester, a=signature, ce- Comprehensive examination

Criterion subjects:

* Hungarian Language is a compulsory subject for the students participating in the Stipendium Hungaricum scholarship program in the first two semesters.

Courses are recommended to be taken according to the prescribed time schedule of the study programme ("sample"). You can plan your own individual programme in respect of the following conditions:

1. the prerequisite system of their study-programme must be taken into consideration when registering for courses.
2. the availability of courses in the semester (most courses are offered either in the fall or in the spring semesters only)
3. completing an average of 30 credits per semester, as a general rule.

Conditions for the final exam:

Students can take a Final Exam on the condition that

- they have fully completed the study programme
- they have submitted their Thesis Work and the assessors have accepted it

Final Exam:

The final exam is an integrated assessment necessary for obtaining the higher education qualification. It consists of defending the thesis work and answering thesis-related questions in front of a Thesis Defence Committee.

