

# Marketing mesterképzési szak

## képzési program

a 2021/2022. tanévben kezdő hallgatók számára

## Marketing mesterképzési szak

Érvényes: 2021/2022/1 félévben kezdők számára

Frissítve: 2022.03.22.

Általános adatok:

**Szakfelelős:** Kolos Krisztina Ágnes, egyetemi tanár

**Képzés helyszíne:** Budapest

**Munkarend:** nappali

**Képzés nyelve:** magyar

**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 területről 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 eladás-menedzsment, 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 anyanyelven 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, értékel. 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 beosztott 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) autonómiaja 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, marketingkontrolling, 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.

## 10. Diplomamunka

A diplomamunka készítésének célja, hogy tanúsítsa a hallgató tudását és szakértelmét valamely általa választott témában, a választott témához kapcsolódó tudományos adatgyűjtésben, rendszerezésben, elemzésben és feldolgozásban, a témául választott jelenség vagy probléma tárgyalásában, a hipotézisalkotásban, a problémamegoldásban, alternatív hipotézisek elemzésében, az érvelésben és az ellenérvek cáfolatában, gondolatainak, nézeteinek, álláspontjának, mondanivalójának koherens, konzisztens, nyelvhasználati szempontból gondozott írásbeli kifejtésében.

## 11. Diplomamunka típusa

Kutatásalapú diplomamunka – research thesis.

**12. A végbizonyítvány kiállítás követelményei**

Az Egyetem annak a hallgatónak, aki

- a tantervben előírt tanulmányi és vizsgakövetelményeket, valamint
- az előírt krediteket megszerezte

végbizonyítványt állít ki.

**13. Záróvizsgára bocsátás feltételei**

A záróvizsgára bocsátás együttes feltételei:

- a) végbizonyítvány megszerzése,
- b) a diplomamunka határidőre történő benyújtása,
- c) a diplomamunka határidőre történő elégtelentől különböző érdemjeggyel történő értékelése,
- d) a záróvizsgára határidőre történő bejelentkezés,
- e) az adott képzésen a hallgatónak nincs az Egyetemmel szemben fennálló lejárt fizetési tartozása,
- f) az Egyetem tulajdonát képező eszközökkel (kölszönzött könyvek, sporteszközök stb.) elszámolt.

Nem bocsátható záróvizsgára az a hallgató, aki az a)-f) pontok valamelyikét nem teljesítette.

**14. Záróvizsga részei**

A záróvizsga a diplomamunka megvédéséből és komplex vizsgából áll.

**15. Záróvizsga eredményének megállapítása**

Az alábbi három jegy számtani átlaga két tizedesjegyre kerekítve:

- a) A bíráló(k) által a diplomamunkára adott – ötfokozatú minősítéssel megállapított – érdemjegy, több bíráló esetén a bírálatok jegyének átlaga két tizedesjegyre kerekítve és a
- b) diplomamunka védésre, a diplomamunkához kapcsolódó kérdésekre adott feleletre kapott – ötfokozatú minősítéssel megállapított – érdemjegy
- c) a komplex vizsgára kapott – ötfokozatú minősítéssel megállapított – érdemjegy.

**16. Oklevél minősítés összetevői, kiszámítás módja**

Az oklevél eredménye az alábbi két jegy számtani átlagából tevődik össze, két tizedesjegyre kerekítve:

- a) a tanterv által előírt kreditmennyiségben a kötelező és a kötelezően választható tantárgyak jegyeinek kreditekkel súlyozott átlaga és
- b) a záróvizsga eredménye (érdemjegye).

**17. Oklevél kiállítás feltételei**

A felsőfokú tanulmányok befejezését igazoló oklevél kiadásának előfeltétele a sikeres záróvizsga, továbbá a képzési és kimeneti követelmények által előírt nyelvvizsga letétele és az erre vonatkozó nyelvvizsga-bizonyítvány bemutatása.

## 2MNMAR17MBP - Marketing mesterképzési szak, Budapest képzési helyű, magyar nyelvű, nappali munkarendű képzés tanterve a 2021/2022. tanév 1. (őszi) félévében kezdő hallgatók számára

Tantárgy kód	Tantárgy név	jelleg	heti óra-szám		kredit	értékelés	meghirdetés féléve	2021/22-es tanév		2022/23-as tanév		Kredit	Tárgyfelelős	Intézet	Előkövetelmény		Ekvivalens tárgy		KTR	
			1	2				3	4	Kód	Név				Kód	Név				
			őszi félév	tavaszi félév				őszi félév	tavaszi félév											
<b>Kötelező tantárgyak</b>																				
								<b>30</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>55</b>								
<b>Alapozó kötelező tantárgyak</b>																				
								<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>								
2MA41NAK01M	Marketingmenedzsment	K	2	2	5	v	ősz	5					Gyulavári Tamás	Marketing Intézet					igen	
4MI25NAK01M	Üzleti közgazdaságtan	K	2	2	5	v	ősz	5					Major Klára	Közgazdaságtan Intézet					igen	
4OP13NAK03M	Kvantitatív módszerek	K	2	2	5	v	ősz	5					Solymosi István Tamás	Matematikai és Statisztikai Modellezés Intézet					igen	
2JO11NAK01M	Gazdasági szerződések joga	K	2	2	5	v	ősz, tavasz	5	(5)				Bodzási Balázs	Pénzügy, Számvitel és Gazdasági Jog Intézet					nem	
<b>Szakmai kötelező tantárgyak</b>																				
								<b>10</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>35</b>								
2ME43NBK01M	Üzleti kommunikáció és stratégiája	K	2	2	5	v	ősz	5					Horváth Dóra	Marketing Intézet					igen	
MAMF007NMMB	Marketingkutatás és piacelemzés	K	0	4	5	gy	ősz	5					Kemény Ildikó	Marketing Intézet					nem	
MAME010NMMB	Marketingstratégia	K	2	2	5	gy	tavasz				5		Csepeti Ádám	Marketing Intézet					nem	
2MF44NBK01M	Fogyasztásmélet és vásárlói magatartás	K	2	2	5	gy	tavasz		5		(5)		Neulinger Ágnes	Marketing Intézet					nem	
2MA41NDK01M	Szakszeminárium I.	K	0	2	5	gy	ősz			5			Kolos Krisztina	Marketing Intézet					igen	
2MA41NDK02M	Szakszeminárium II.	K	0	2	10	gy	tavasz				10		Kolos Krisztina	Marketing Intézet	2MA41NDK01M	Szakszeminárium I.			igen	
<b>Kötelezően választható tantárgyak</b>																				
								<b>0</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>45</b>								
<b>Alapozó kötelezően választható tárgyak: 1 X 1 tárgy 5 kredit értékben</b>																				
								<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>								
2BE52NAK01M	Haladó vállalati pénzügy	KV	2	2	5	v	tavasz	-	5	-	5		Csóka Péter	Pénzügy, Számvitel és Gazdasági Jog Intézet					igen	
2PU51NAK02M	Számviteli beszámolók	KV	2	2	5	v	ősz	5		5			Gyenge Magdolna	Pénzügy, Számvitel és Gazdasági Jog Intézet					nem	
2VE81NBK04M	Szervezeti magatartás és vezetés	KV	2	2	5	v	tavasz		5				Toarniczky Andrea	Vezetéstudomány Intézet					igen	
2VL60NCV01M	Döntésmélet	KV	2	2	5	v	ősz, tavasz	5	5				Szántó Richárd	Vállalatgazdaságtan Intézet					igen	
<b>Szakmai kötelezően választható tárgyak: 2 X 1 tárgy 10 kredit értékben</b>																				
								<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>10</b>								
MAMF008NMMB	Interkulturális kommunikáció és marketing	KV	0	4	5	v	ősz, tavasz	5	5	5	5		Malota Erzsébet	Marketing Intézet					nem	
MAME011NMMB	Szolgáltatásmarketing	KV	0	4	5	v	ősz, tavasz		5	5	5		Kenesei Zsófia	Marketing Intézet					nem	
2MA41NBK02M	Termék- és márkasstratégiák	KV	2	2	5	v	ősz, tavasz		5	5	5		Kolos Krisztina Ágnes	Marketing Intézet					igen	
2ME43NDV03M	A designkommunikáció vállalatirányítási kérdései	KV	2	2	5	gy	ősz, tavasz	5	5	5	5		Cosovan Attila	Marketing Intézet					nem	



2MNMAR17MBP - Marketing mesterképzési szak, Budapest képzési helyű, magyar nyelvű, nappali munkarendű képzés tanterve a 2021/2022. tanév 1. (őszi) félévében kezdő hallgatók számára

Tantárgy kód	Tantárgy név	jelleg	heti óra-szám		kredit	értékelés	meghirdetés féléve	2021/22-es tanév		2022/23-as tanév		Kre-dit	Tárgyfelelős	Intézet	Előkövetelmény		Ekvivalens tárgy		KTR	
			1	2				3	4	Kód	Név				Kód	Név				
			őszi félév	tavaszi félév				őszi félév	tavaszi félév											
<b>Differenciált szakmai ismeretek (min. 30 kredit értékben)</b>								<b>0</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>30</b>								
2MA41NCK02M	Ügyfélérték-menedzsment (CRM)	KV	2	2	5	v	őszi			5			Agárdi Irma	Marketing Intézet					igen	
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						
MAME012NMMB	Eladásmenedzsment	KV	0	2	3	v	őszi				3		Mitev Ariel Zoltán	Marketing Intézet						
MAME001NMBM	P&G Trade Marketing Master Class	KV	0	2	3	gy	őszi				3		Gyulavári Tamás	Marketing Intézet					nem	
2ME43NAV12M	Adatvizualizáció a gyakorlatban	KV	0	2	3	gy	őszi				3		Kenesei Zsófia	Marketing Intézet					nem	
2MA41NCK05M	Árpolitika	KV	0	2	3	v	őszi, tavaszi		3	3	3		Gyulavári Tamás	Marketing Intézet					igen	
2KG23NCK01M	A környezetbarát fogyasztás vállalati támogatása	KV	2	2	5	v	őszi				5		Zsóka Ágnes	Marketing Intézet					igen, csak külföldi féléven lévő hallgatók számára	
MAMM017NMMB	Kreatív- és médiatervezés	KV	2	2	5	v	őszi, tavaszi		5	5	5		Horváth Dóra	Marketing Intézet					nem	
2ME43NAV09M	Kommunikációs stílusgyakorlatok	KV	0	4	5	gy	tavaszi		5		5		Horváth Dóra	Marketing Intézet					nem	
2ME43NAK06M	Digitális marketing	KV	0	4	5	gy	őszi, tavaszi		5	5	5		Csordás Tamás Viktor	Marketing Intézet					igen	
2ME43NCK02M	Public Relations kommunikáció vállalaton belül és kívül	KV	1	1	3	v	őszi, tavaszi		3	3	3		Varga Ákos	Marketing Intézet						
2ME43NAV07M	Identitás tervezés és kreatív menedzsment	KV	2	2	5	v	őszi, tavaszi		5	5	5		Cosovan Attila	Marketing Intézet					nem	
2MF44NCK03M	A marketingkutatás többváltozós kvantitatív technikái	KV	2	2	5	v	tavaszi		5		5		Kemény Ildikó	Marketing Intézet					nem	
2MF44NCK01M	Kvalitatív és kvantitatív kutatási módszerek	KV	2	2	5	gy	őszi				5		Neulinger Ágnes	Marketing Intézet					nem	
2MF44NCK02M	Marketing a szervezetközi piacokon	KV	2	2	5	v	tavaszi		5		5		Gáti Mirkó	Marketing Intézet					nem	
2ME43NCK03M	Média- és közönségkutatás módszertana	KV	2	2	5	v	tavaszi		5		5		Urbán Ágnes	Informatika Intézet						
INIK001NMMB	E-business üzleti modelljei	KV	2	2	5	v	tavaszi		5		5		Urbán Ágnes	Informatika Intézet					nem	
MAMM011NMMB	Vállalati fenntarthatóság és felelősség	KV	2	2	5	v	őszi	5		5			Ásványi Katalin	Marketing Intézet					igen	
<b>Szabadon választható tantárgyak</b>								<b>0</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>20</b>								
	Egyéb szabadon választhatók	V					őszi, tavaszi						helyük változtatható							
<b>Összes kredit</b>								<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>120</b>								



### **Megjegyzések**

Jelleg: K-kötelező, KV-kötelezően választható, V-szabadon választható, KR-kritérium tantárgy

Értékelés: v=vizsga, gy=gyakorlati jegy, a=aláírás, sz-szigorlat

Heti óraszám: ea-előadás, sz-szeminárium/gyakorlat

KTR kedvezményes tanulmányi rendben teljesíthető tantárgy a TVSZ 92.§ szakasza alapján

### **Testnevelés**

A sportolni vágyó hallgatók csak költségtérítéses formában vehetnek fel testnevelés tantárgyat meghatározott térítési díj fizetése mellett.

### **Idegen nyelv**

A hallgatók tanulmányaik során térítéses formában tanulhatnak nyelvet a választható tantárgyak keretében.

### **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
4. A kötelező tantárgyakon kívül a hallgatók választható tantárgyakat vehetnek fel a választható tantárgyak lásd Neptun), valamint az idegen nyelvek kínálatából.
5. Az előírt kreditmennyiség minimum 2/3-át a Corvinus Egyetemen kell teljesíteni.

A tantárgyfelvétellel és a tantárgyak teljesítésével kapcsolatos részletes szabályokat a Tanulmányi és Vizsgaszabályzat tartalmazza!

Felhívjuk a figyelmüket, hogy tantervi változások lehetségesek!

## 2MNMAR17ABP - MSc in Marketing master programme in Budapest, in English, full time training Curriculum for 2021/2022. (1.) fall semester for beginning students

Subject Code	Subject Name	Type	Number of hours per semester hours		Credits	Evaluation	Fall or Spring Semester	2021/22 Academic year		2022/23 Academic year		Credit	Subject responsible	Institute	Requirement		Requirement		PSO
			1	2				3	4	Code	Name				Code	Name			
			Fall semester	Spring semester				Fall semester	Spring semester										
<b>Foundation courses</b>								<b>30</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>30</b>							
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				yes	
293NMANK620M	Management and organization	C	2	2	6	pg	fall	6					Szilas Roland Ferenc	Institute of Management				yes	
293NBUSK660M	Business communication and strategy	C	2	2	6	ex	fall	6					Horváth Dóra	Institute of Marketing				yes	
293NMARK650M	Advanced marketing research	C	2	2	6	ex	fall	6					Gyulavári Tamás	Institute of Marketing				no	
<b>Core courses</b>								<b>0</b>	<b>24</b>	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>57</b>							
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	pg	spring		6				Neulinger Ágnes	Institute of Marketing				no	
293NMATK600M	Quantitative methods	C	2	2	6	ex	spring		6				Ábele-Nagy Kristóf	Institute of Mathematics and Statistical Modelling				no	
293NMARK601M	Theory of consumption and consumer behavior	C	2	2	6	pg	fall			6			Neulinger Ágnes	Institute of Marketing				no	
293NACCK640M	Financial Statements and Analysis	C	2	2	6	ex	fall			6			Kaliczka Nándor	Institute of Finance, Accounting and Business Law				yes	
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			Kolos Krisztina	Institute of Marketing				yes	
MAME006NAMB	Thesis Work Consultation II.	C	2	2	10	pg	spring				10		Kolos Krisztina	Institute of Marketing	MAME005NAMB	Thesis Work Consultation I.		yes	

## 2MNMAR17ABP - MSc in Marketing master programme in Budapest, in English, full time training Curriculum for 2021/2022. (1.) fall semester for beginning students

Subject Code	Subject Name	Type	Number of hours per semester hours		Credits	Evaluation	Fall or Spring Semester	2021/22 Academic year		2022/23 Academic year		Credit	Subject responsible	Institute	Requirement		Requirement		PSO
			Lecture	Seminar				1	2	3	4				Code	Name	Code	Name	
								Fall semester	Spring semester	Fall semester	Spring semester								
<b>Mandatory elective courses</b>																			
								<b>0</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>18</b>							
293NMARK635M	Product and brand strategies	C	2	2	6	ex	spring		6				Kolos Krisztina Ágnes	Institute of Marketing					yes
293NOPRV517M	Decision Making Skills	C	2	2	6	ex	fall			6			Szántó Richárd	Institute of Business economics					no
2MA41NAK02M	Services Marketing	C	2	2	6	ex	fall			6			Kenesei Zsófia	Institute of Marketing					no
<b>Core elective courses</b>																			
								<b>3</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>9</b>							
ISCUBUS563	Advanced Media Economics	CE	2	2	6	ex	spring		6		6		Urbán Ágnes	Institute of Information Technology					no
2SM95NAV04M	Online and Digital Marketing	CE	2	2	6	ex	fall, spring		6	6	6		Varga Ákos	Institute of Marketing					
293NMARK673M	Customer Relationship Management	CE	2	2	6	ex	fall			6			Agárdi Irma	Institute of Marketing					no
293NMARK676M	Global Marketing	CE	2	2	6	ex	spring				6		Kelemen Zita Anikó	Institute of Marketing					no
MAME031NAMB	Sales Management	CE	1	1	3	ex	fall			3	3		Mitev Ariel Zoltán	Institute of Marketing					
MAMM001NAMB	Ethics and Corporate Responsibility 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					
IOK0001NABB	Hungarian Language SHI I.*	E/C	0	4	3	pg	fall	3	3				Dobos Ágota	Centre of Foreign Language Education and Research					no
IOK0004NABB	Hungarian Language SHI II.*	E/C	0	4	3	ex	spring	3	3				Dobos Ágota	Centre of Foreign Language Education and Research					no
Elective courses												6							
<b>Total credits</b>								<b>33</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>22</b>	<b>120</b>							

**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  
A subject that can be completed in a preferential study order (PSO) on the basis of Section 92 of the Study and Examination Regulation (TVSZ)

**Physical education**

Students wishing to play sports can only take a physical education subject with the payment of a specified fee.

**Foreign language**

During their studies, students can learn a language in the form of paid subjects within the framework of elective subjects.

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

**Curriculum**

It is recommended to include the subjects in the schedule according to the sample curriculum. The student may deviate from this, taking into account:

1. the pre-study order,
2. semester of announcing subjects
3. Completion of an average of 30 credits per semester
4. In addition to the compulsory subjects, students may take elective subjects from the offer of elective subjects (see Neptun) as well as foreign languages.
5. A minimum of 2/3 of the required amount of credit must be completed at Corvinus University.

The detailed rules related to the admission of the subjects and the completion of the subjects are included in the Study and Examination Regulations!

Please note that curriculum changes are possible