

Marketing mesterképzési szak

képzési program

a 2024/2025. tanévben kezdő hallgatók számára

Marketing mesterképzési szak

Érvényes: 2024/2025/1 félévben kezdők számára

Általános adatok:

Szakfelelős: dr. Agárdi Irma, egyetemi docens

Képzés helyszíne: Budapest

Munkarend: nappali

Képzés nyelve: angol

Duális képzésben indul-e: nem

Specializációk:

Nincsen specializáció, a szakon modulrendszerű képzés van.

Képzési és kimeneti követelmények

1. A mesterképzési szak megnevezése magyarul: marketing

A mesterképzési szak megnevezése angolul: 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: Economist in Marketing

3. Képzési terület: gazdaságtudományok

4. A mesterképzésbe történő belépésnél előzményként elfogadott

4.1. alapképzési szakok 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. 9.3. pont szerint a kredit megállapításának alapjául szolgáló ismeretek összevetése alapján a gazdaságtudományok képzési területéről az emberi erőforrások, a turizmus-vendéglátás, az alkalmazott közgazdaságtan, a gazdaságelemzés, a közszolgálati, az üzleti szakoktatási alapképzési szak, valamint 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: az oklevél megszerzéséhez előírt összes kredit legalább öt százaléka

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, információit 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, ökonometria, 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 kapcsolódásait 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 is 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, döntéselméleti 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 fogyasztáselmélet 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. A szakmai gyakorlat követelményei

A képzéshez szakmai gyakorlat kapcsolódhat. A szakmai gyakorlat követelményeit a képzés tanterve határozza meg.

9.3. A kredit megállapításának alapjául szolgáló ismeretek összevetése alapján a felsőoktatási intézmény kreditátviteli bizottsága által kért, a tanulmányok elvégzéséhez szükséges, a korábban megszerzett ismeret, kompetencia az alábbi területekről

- módszertani ismeretek (matematika, statisztika, informatika),
- elméleti közgazdasági ismeretek (mikro- és makroökonómia, nemzetközi gazdaságtan, regionális gazdaságtan, gazdaságtörténet),
- üzleti szakmai ismeretek (vállalatgazdaságtan, vállalati pénzügy, marketing, számvitel, vezetés-szervezés, emberi erőforrás).

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 témával 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.

Elvart szint: a képzési területnek megfelelő egy élő idegen nyelvből legalább B2 szintű akkreditált szaknyelvi komplex vizsga.

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 (kölszönött 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 szóbeli komplex vizsgából áll.

Komplex vizsga témaköre: szakmai kötelező tantárgyak témaköre.

15. Záróvizsga eredményének megállapítása

Az alábbi két 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
- b) a diplomamunka védésre, a diplomamunkához kapcsolódó kérdésekre adott feleletre 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 (amennyiben a hallgató az előírtnál több kötelezően választható tantárgyat vett fel, akkor valamennyi teljesített tantárgy) 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.

18. Modul

Nincsenek specializációk, a tanterv modulokat tartalmaz (Lásd a tanterv Modulok blokkjában):

1. Online Marketing Communications Module
2. Innovative Channel Management Module
3. Data Driven Marketing Module

Modulrendszerű képzés. A modulok elvégzéséhez szükséges tárgyak teljesítése egyéni hallgatói döntés.

19. Modulválasztás szabályai

1-2 félév tantárgyainak átlaga, valamint a Assessment Center értékelése alapján kerül kialakításra a modulokra való besorolás.

MNMARK24ABP - Marketing master programme in Budapest, in English, full time training Curriculum for 2024/25/1 fall semester for beginning students																				
Subjet Code	Subject Name	Type	Number of classes per week		Credits	Evaluation	Fall or Spring Semester	2024 Academic year		2025 Academic year		Credit	Course leader	Institute	Requirement		Equivalent subject		Remark	PSO
			Lecture	Seminar				Fall	Spring	Fall	Spring				Code	Name	Code	Name		
								1	2	3	4									
Foundation Courses								18	12	0	0	30								
KOZGo75NAMB	Managerial Economics	C	2	2	6	ex	fall	6					András Olivér Németh	Institute of Economics			293NECOK636M KOZGo08NAMB	Managerial Economics Managerial Economics		yes
MARKo72NAMB	Applied Market Research Methods	C	2	2	6	pg	fall	6					Mirkó György Gáti	Institute of Marketing and Communication Sciences			293NMARK652M MARKo11NAMB	Qualitative and Quantitative Research Applied Market Research Methods		yes
MARKo73NAMB	Marketing Management	C	2	2	6	ex	fall	6					Tamás Gyulavári	Institute of Marketing and Communication Sciences			293NMARK653M MARKo06NAMB	Marketing Management Marketing Management		yes
MARKo74NAMB	Integrated Marketing Communications	C	1	3	6	pg	spring		6				Dóra Horváth	Institute of Marketing and Communication Sciences			293NBUSK66oM MARKo12NAMB	Business Communication and Strategy Integrated Marketing Communications		yes
MARKo75NAMB	Consumer Behavior	C	2	2	6	ex	spring		6				Anna Török	Institute of Marketing and Communication Sciences			293NMARK6o1M MARKo13NAMB	Theory of Consumption and Consumer Behavior Consumer Behavior		yes
Core Business Courses								12	12	0	0	24								
OPDOo64NAMB	Decision Making Skills	C	2	2	6	ex	fall	6					Richárd Szántó	Institute of Operations and Decision Sciences			293NOPRV517M OPDOoo8NAMB	Decision Making Skills Decision Making Skills		yes
ADIN129NAMB	Information Systems Driving Digital Transformation	C	2	2	6	ex	fall	6					Zoltán Szabó	Institute of Data Analytics and Information Systems			ADINo3oNAMB	Information Systems Driving Digital Transformation		no
VEZo076NAMB	Mastering Organizational Behavior and Leadership	C	1	3	6	pg	spring		6				Andrea Toarniczky	Institute of Strategy and Management			VTSM127NAMB VEZo021NAMB	Management and Organization Mastering Organizational Behavior and Leadership		yes
PENZo37NAMB	Advanced Corporate Finance	C	1	3	6	ex	spring		6				Kata Váradi	Institute of Finance			293NFINK564M PENZo06NAMB	Advanced Corporate Finance Advanced Corporate Finance		yes
Core Marketing Courses								0	0	21	0	21								
MARKo76NAMB	Marketing Innovations and New Product Development	C	1	3	6	pg	fall			6			Tamara Nóra Keszey	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo73NAMB	Marketing Management	MARKo14NAMB	Marketing Innovations and New Product Development		yes
MARKo77NAMB	Sales Management	C	1	1	3	pg	fall			3			Mirkó György Gáti	Institute of Marketing and Communication Sciences			MAMEo31NAMB MARKo15NAMB	Sales Management Sales Management		yes
MARKo78NAMB	Services Marketing and Customer Experience	C	1	3	6	ex	fall			6			Zsófia Kenesei	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo73NAMB	Marketing Management	2MA41NAKo2M MARKo07NAMB	Services Marketing Services Marketing and Customer Experience		yes
MARKo79NAMB	Brand Strategies	C	0	4	6	pg	fall			6			Krisztina Ágnes Kolos	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo73NAMB	Marketing Management	293NMARK635M MARKo16NAMB	Product and Brand Strategies Brand Strategies		yes
Compulsory Elective (two courses must be selected)								0	0	0	0	0								
MARKo17NAMB	DesignCommunications – DIS:CO: creating connections as designing	C/E	0	2*	0	s	fall, spring intensive week	0	0	0	0		Dóra Horváth	Institute of Marketing and Communication Sciences						no
MARKo18NAMB	Identity Design and Creative Management	C/E	0	2*	0	s	fall, intensive week	0		0			Dóra Horváth	Institute of Marketing and Communication Sciences						no
MARKo19NAMB	Intercultural Communication	C/E	0	2*	0	s	fall, intensive week	0		0			Erzsébet Malota	Institute of Marketing and Communication Sciences						no
MARKo20NAMB	Sustainable and Ethical Marketing	C/E	0	2*	0	s	fall, spring intensive week	0	0	0	0		Katalin Ásványi	Institute of Marketing and Communication Sciences			MAMMo01NAMB	Ethics and Corporate Responsibility		yes
Modules (one module must be selected)								0	0	0	24	24								
Online Marketing Communications								0	0	0	24									
MARKo8oNAMB	Digital Marketing Communications Strategy	C/E	0	4	6	pg	spring				6		Ákos Varga	Institute of Marketing and Communication Sciences			2SM95NAVo4M MARKo21NAMB	Online and Digital Marketing Digital Marketing Communications Strategy		yes
MARKo81NAMB	Content Marketing	C/E	0	4	6	pg	spring				6		Tamás Viktor Csordás	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo74NAMB	Integrated Marketing Communications	MARKo22NAMB	Content Marketing		yes
MARKo82NAMB	Online Marketing Communications Business Project	C/E	0	4	6	pg	spring				6		Zita Komár	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo8oNAMB MARKo81NAMB	Digital Marketing Communications Strategy Content Marketing	MARKo23NAMB	Online Marketing Communications Business Project		no
MARKo83NAMB	Marketing Strategy	C	1	3	6	pg	spring				6		Moreno Frau	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo73NAMB PENZo37NAMB	Marketing Management, Advanced Corporate Finance	MAMEo42NAMB MARKo24NAMB	Marketing Strategy Marketing Strategy		no

MNMARK24ABP - Marketing master programme in Budapest, in English, full time training Curriculum for 2024/25/1 fall semester for beginning students																				
Subjet Code	Subject Name	Type	Number of classes per week		Credits	Evaluation	Fall or Spring Semester	2024 Academic year		2025 Academic year		Credit	Course leader	Institute	Requirement		Equivalent subject		Remark	PSO
			Lecture	Seminar				Fall	Spring	Fall	Spring				Code	Name	Code	Name		
								1	2	3	4									
Innovative Channel Management								0	0	0	24									
MARKo25NAMB	Retail Experience	C/E	2	2	6	pg	spring				6		Irma Agárdi	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo75NAMB	Consumer Behavior				yes
MARKo84NAMB	Channel Design	C/E	2	2	6	ex	spring				6		Irma Agárdi	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo73NAMB	Marketing Management	MARKo26NAMB	Channel Design		yes
MARKo27NAMB	Innovative Channel Management Business Project	C/E	0	4	6	pg	spring				6		Zombor Berezvai	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo25NAMB MARKo84NAMB	Retail Experience, Channel Design				no
MARKo83NAMB	Marketing Strategy	C	1	3	6	pg	spring				6		Moreno Frau	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo73NAMB PENZo37NAMB	Marketing Management, Advanced Corporate Finance	MAMEo42NAMB MARKo24NAMB	Marketing Strategy Marketing Strategy		no
Data Driven Marketing											24									
MARKo28NAMB	Advanced Research Methods for Data-Driven Marketing Decisions	C/E	0	4	6	pg	spring				6		Ildikó Kemény	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo85NAMB	Advanced Marketing Research				no
MARKo29NAMB	Customer Relationship Management	C/E	1	3	6	ex	spring				6		Irma Agárdi	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo73NAMB	Marketing Management	293NMARK673M	Customer Relationship Management		yes
MARKo30NAMB	Data Driven Marketing Business Project	C/E	0	4	6	pg	spring				6		Ildikó Kemény	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo28NAMB MARKo29NAMB	Advanced Research Methods for Data-Driven Marketing Decisions, Customer Relationship Management				no
MARKo83NAMB	Marketing Strategy	C	1	3	6	pg	spring				6		Moreno Frau	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo73NAMB PENZo37NAMB	Marketing Management, Advanced Corporate Finance	MAMEo42NAMB MARKo24NAMB	Marketing Strategy Marketing Strategy		no
Thesis (Core)								0	0	9	6	15								
MARKo85NAMB	Advanced Marketing Research	C	2	2	6	ex	fall			6			Ildikó Kemény	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo72NAMB	Applied Market Research Methods	293NMARK65oM MARKo31NAMB	Advanced Marketing Research Advanced Marketing Research		yes
MARKo86NAMB	Thesis Work Consultation 1	C	0	2	3	pg	fall			3			Krisztina Ágnes Kolos	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo85NAMB	Advanced Marketing Research	MAMEo05NAMB MARKo32NAMB	Thesis work consultation1 Thesis Work Consultation 1		yes
MARKo87NAMB	Thesis Work Consultation 2	C	0	4	6	pg	spring				6		Krisztina Ágnes Kolos	Institute of Marketing and Communication Sciences	MARKo86NAMB	Thesis Work Consultation 1	MAMEo06NAMB MARKo33NAMB	Thesis work consultation2 Thesis Work Consultation 2		yes
Criterion courses								0	0	0	0	0								
IOK00o1NABB	Hungarian Language SHI I.**	CR	0	4	3	pg	fall		3				Judit Magyar	Centre of Foreign Language Education and Research						no
IOK00o4NABB	Hungarian Language SHI II.**	CR	0	4	3	ex	spring		3				Judit Magyar	Centre of Foreign Language Education and Research						no
Elective courses								0	6	0	0	6								
TS0o0o1NMMB	Sports/Physical Education	E	0	2	2	pg	fall	2					Csaba Vladár	Centre for Physical Educations and Sports						no
	Foreign language	E	0	4	0	s	fall, spring							Centre of Foreign Language Education and Research						no
	Elective courses	E					spring		6											yes
Total credits (semester)								30	30	30	30	120								

Remarks

Type: C=compulsory courses, CE=core elective courses, E=elective (optional) courses, CR=criterion 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, s=signature

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

Physical education

Students wishing to take part in sport can take one semester without paying a fee and the following semesters the students can only take physical education 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.

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.

* Subject takes place on the intensive week of the respective semester, intensive week length: 1 week, 26 hours

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

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!