

**PANNON EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**

**UNIVERSITY OF PANNONIA
FACULTY OF BUSINESS AND ECONOMICS**



**Marketing mesterképzési szak
MSc in Marketing**

Tanterv
Curriculum

Dékán: Dr. Fehérvölgyi Beáta

Marketing mesterképzési szak**1. A szakfelelős adatai**

Név: Dr. Veres Zoltán

E-mail: veres.zoltan@gtk.uni-pannon.hu

MSc in Marketing**1. Details of the Head of Program**

Name: Dr. Zoltán Veres

E-mail: veres.zoltan@gtk.uni-pannon.hu>

2. A Szakterületi Bizottság tagjai

- a szakfelelős
- a képzés törzstárgyainak felelősei közül kettő fő (a szakfelelős felkérése alapján)
- egy hallgatói képviselő

2. Members of the Special Board

- the Head of Program
- two full-time lecturers of the Department of Marketing
- one student representative.

3. A képzés alapvető jellemzői**3.1. A mesterképzési szak képzési célja:**

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, 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 idegen nyelven is képesek kommunikálni. Felkészültek tanulmányaik doktori képzésben történő folytatására.

3. Basic characteristics of the program**3.1. Training objectives of the MSc in Marketing program:**

The objective of the program is to train professionals who perform marketing activities in different for-profit and non-business organizations, institutions and enterprises. Relying on their acquired theoretical and practical knowledge they are able to work out marketing strategy, to manage marketing activities, projects, to control different organizations, processes and professional programs, to specify the content of the necessary marketing tools, to coordinate performance of tasks, to contact internal and external functions, organizations. They are able to communicate in written foreign language, orally and with modern infocommunicational applications. Graduates are well prepared to be able to continue their studies at doctoral level.

3.2. A képzési idő, a kreditek száma

- A képzési idő a modell tanterv szerint: 4 szemeszter
- Az oklevél megszerzéséhez szükséges kreditek száma: 120
- A szak orientációja: kiegyensúlyozott (40-60 százalék)

3.2. Duration of study, minimum study hours, credit points to acquire

- Number of semesters: 4 semesters
- Total credit points acquired: 120
- Program orientation: balanced (40-60 percent)

3.3. Végzettségi szint, szakképzettség, a diploma megnevezése

- végzettségi szint: mester- (magister, master; rövidítve: MSc-) fokozat
- szakképzettség: okleveles közgazdász marketing szakon
- szakképzettség angol nyelvű megjelölése: Economist in Marketing

3.3. Level of education, qualification and the title of the certificate

- Level of education: master level, MSc
- Qualification and the title of the certificate: Economist in Marketing

3.4. A képzés főbb tanulmányi területei és kreditpontjai

- | | |
|--------------------------------|-----------|
| ▪ Alapozó törzsanyag | 39 kredit |
| ▪ Szakmai törzsanyag | 33 kredit |
| ▪ Differenciált szakmai anyag | 21 kredit |
| ▪ Szabadon választható tárgyak | 12 kredit |
| ▪ Diplomamunka | 15 kredit |

3.4. The main fields of studies of the program

- | | | |
|---------------------------------------|----|---------------|
| ▪ Founding material | 39 | credit points |
| ▪ Professional core material | 33 | credit points |
| ▪ Selected professional core material | 21 | credit points |
| ▪ Elective subjects | 12 | credit points |
| ▪ Thesis | 15 | credit points |

3.5. A kötelező és a szabadon választható tárgyak kreditértéke

- | | |
|--------------------------------|-----------|
| ▪ Kötelező tárgyak | 93 kredit |
| ▪ Szabadon választható tárgyak | 12 kredit |
| ▪ Diplomamunka | 15 kredit |

3.5. Compulsory and elective subjects and the total credit number to be acquired

- | | | |
|-----------------------|----|---------------|
| ▪ Compulsory subjects | 93 | credit points |
| ▪ Elective subjects | 12 | credit points |
| ▪ Thesis | 15 | credit points |

3.6. Szakmai gyakorlat

A *Marketing* mesterképzési szak hallgatói intézményen kívüli szakmai gyakorlaton vesznek részt. A gyakorlati képzés célja komplex feladatok és problémák felismerése, annak megoldásához szükséges környezeti, munkahelyi tapasztalatok megszerzése, és a diplomadolgozat előkészítése. A szakmai gyakorlat lebonyolítására minden olyan vállalkozás vagy intézmény kiválasztható, illetve felkérhető, amely a szak jellegéhez kapcsolódó tevékenységet folytat és ahol léteznek felsőfokú végzettséget igénylő, betöltött munkakörök. A szakmai gyakorlat időtartama 4 hét, amely legkorábban az első két lezárt félév után nyáron tölthető le. A diplomadolgozat készítésére a második tanévben kerül sor. A szakmai gyakorlatért kreditpont nem jár. A szakmai gyakorlatok megszervezését és lebonyolítását *külön minőségügyi eljárás szabályozza. A levelező tagozatos hallgató a szakmai gyakorlat követelményeit a munkahelyén is teljesítheti.*

3.6. Internship

MSc in Marketing students have to complete an internship at an organization outside the university. The objective of the practical training is to identify complex, practical problems, to gain experience from the company environment necessary to find solution for those problems and also to collect practical knowledge for the thesis. The internship can be spent at any organization, private company that is closely related in its activities to the study area and there are top management tasks. The duration of internship is 4 weeks. It can be started after the first two completed semester. The thesis is completed during the second year. Credit points are not earned for the fulfillment of the internship. The organization and completion of the internship is regulated by the specific quality document. Part-time students can fulfill the internship criteria at their workplaces as well.

4. Az ismeretek ellenőrzési rendszere

A mindenkor hatályos Hallgatói Követelményrendszer szerint.

4. Monitoring system of the acquisition of knowledge, quality management

In accordance with the prevailing Students Requirements.

4.1. A tanulmányi átlagszámítás módja

A tanulmányi átlag az előző félévben teljesített tárgyak eredményének kreditponttal súlyozott számtani átlaga.

4.1. Method of calculating the grade point average (GPA)

The GPA is the credit weighted mathematical average of the subjects completed in the previous semester.

4.2. A diplomadolgozat követelményei és a hozzá rendelt kreditek száma

A diplomadolgozat egy, a szak diszciplínáira alapozó, a szakmai gyakorlathoz kapcsolódó, gyakorlati témát elemző önálló munka. A diplomadolgozatnak bizonyítania kell, hogy a végzett hallgató rendelkezik a doktori képzés (PhD) megkezdéséhez szükséges elméleti ismeretekkel, és egyben birtokában van olyan gyakorlati tapasztalatoknak, készségeknek, amelyek közvetlenül hasznosíthatók a munkaerőpiacon. A diplomamunka kreditértéke (a diplomaszemináriummal és a diplomadolgozattal együtt): 15 kreditpont. A diplomadolgozat követelményeit külön minőségügyi eljárás szabályozza.

4.2. Thesis requirements and the adjusted credits

The thesis must comprise an individual piece of work which is drawn from the MSc subjects and internship. The thesis must prove that the student has acquired all the theoretical and practical knowledge and skills that are required for the further (PhD) trainings and can be used in the labour market.

The thesis is an essential requirement for the final exam and with the thesis seminar it has a value of 15 credits. Thesis criteria are regulated by a separate quality control process.

4.3. 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.

4.3. Language Criteria

To obtain the MSc degree, students need to have a Complex B2/intermediate English language exam or a Complex B2/intermediate subject specific language exam in a modern language or a Complex C1/Advanced general language exam in a modern language or must hold a certificate equivalent with the language exam.

4.4. Hallgatói jogállás fenntartásának feltétele

A harmadik aktív félév végéig legalább 45 kreditpont teljesítése. A harmadik aktív félév végéig a mintatanterv szerinti első félév kötelező tárgyainak teljesítése. Az azonos tanegységből tett sikertelen javító és ismétlő javító vizsgáinak összesített száma kevesebb, mint öt [HKR].

4.4. Condition of the student status reservation

Completing a minimum of 45 credit points by the end of Semester 3. Completing the compulsory subjects of the first semester by the end of Semester 3. Aggregated number of failed correcting and re-correcting exams of the same subject is less than five. [Students Requirements]

4.5. Az abszolutórium megszerzése és a záróvizsgára bocsátás feltételei

Az abszolutórium megszerzésének feltételei:

- Az előírt számú és összetételű kreditek megszerzése;
- Szakmai gyakorlat teljesítése a fent leírtak szerint;
- Testnevelési előírások teljesítése nappali tagozaton (2 aláírással lezárt félév).

A záróvizsgára bocsátás feltétele

- befogadott diplomadolgozat és
- az abszolutórium megszerzése.

4.5. Conditions of eligibility for absolutorium and the final exam

To acquire the absolutorium :

- The acquisition of the required number and composition of credits
- Completion of Internship
- Completion of PE requirements in Full-Time (two completed semester)

The eligibility for the final exam:

- acquired absolutorium and
- approved thesis

4.6. Záróvizsga követelmények

- A diplomadolgozat megvédése.
- A szak anyagára épülő szakmai vizsga.

4.6. Requirements for the final exam

- Defending the thesis accepted by the two reviewers
- Complex professional exam based on the major's syllabus

4.7. Oklevél követelmények

- A záróvizsga teljesítése.
- A nyelvi követelmény teljesítése.

Az oklevél minősítésének kiszámítási módja:

$$ZE = \frac{ZV + DD}{2}$$

$$OM = \frac{TÁ + ZV + DD}{3}$$

ahol ZE a záróvizsga összesített eredménye
TÁ az összesített tanulmányi átlag (kreditpontokkal súlyozva)

ZV a záróvizsgán teljesített szóbeli vizsga eredménye $ZV = \frac{\sum_{i=1}^n ZT_i}{n}$

DD diplomadolgozatra kapott érdemjegy

OM az oklevél minősítése

ZT_i a záróvizsga tárgy(ak)ra kapott érdemjegy(ek)

A diplomadolgozat érdemjegyét az záróvizsga-bizottság állapítja meg a bírálók által javasolt érdemjegyek és a szóbeli védés alapján.

A szóbeli vizsga (ZV) vagy a diplomadolgozat (DD) elégtelen minősítése esetén a záróvizsga (ZE) sikertelennek tekintendő, azt az intézményi szabályzatban rögzítetteknek megfelelően meg kell ismételni. A szóbeli vizsga (ZV) elégtelen minősítésű, ha bármelyik eleme (ZT_i) elégtelen.

Az oklevél minősítése:

Kiváló	(5)	ha	OM= 5,00
Jeles	(5)	ha	4,51≤ OM< 5,00
Jó	(4)	ha	3,51≤ OM≤ 4,50
Közepes	(3)	ha	2,51≤ OM≤ 3,50
Elégséges	(2)	ha	2,00≤ OM≤ 2,50

4.7. Degree certificate criteria

- Completion of the final exam
- Fulfilling the language criterion.

Method of calculating the degree classification:

$$FR = \frac{FE + DM}{2}$$

$$DC = \frac{GPA + FE + DM}{3}$$

where FR aggregated results of the final exam
 GPA aggregated GPA
 FE_i grades of the final exam subjects

$$FE = \frac{\sum_{i=1}^n FE_i}{n}$$

FE oral exam result of the final exam
 DM thesis final mark
 DC degree classification

The thesis mark is determined by the final exam panel based on the marks recommended by the internal and external markers and the defence during the final exam. Should students fail the oral final exam or the thesis the complex final exam is to be retaken according to institutional regulations. The oral exam is a fail if any of its elements are a fail.

The degree classifications are the following:

Excellent with distinction	(5)	if			DC	=	5,00
Excellent	(5)	if	4,51	≤	DC	<	5,00
Good	(4)	if	3,51	≤	DC	≤	4,50
Average	(3)	if	2,51	≤	DC	≤	3,50
Satisfactory	(2)	if	2,00	≤	DC	≤	2,50

5. Modell tanterv**5.1. Törzsanyag** (kötelező tárgyak megnevezése + az egyéb tárgyak tantervi helye)**A: A tanulmányaikat az őszi félévben megkezdő hallgatók részére****5. Model Curriculum**

5.1. Core subjects (name of core subject + other subjects' place in the curriculum)

Number of subject hours for a semester.

Abbreviations: H/R =Hour/Requirement, Dept =Department, C=Course mark, E=Exam, S=Signature, SG=Seminar grade

Departments: EL-Supply Chain Management, KG-Economics, KM-Quantitative Methods, MA-Mathematics, MI-Marketing, NG-International Economics, PT-Finance, SC-Accounting and Controlling, TU-Tourism, VE-Management, VG-Applied Economics;

A: Students starting their studies in the Fall Semester

1. FÉLÉV(Semester)									
Tantárgy	Subject	KÓD	Kr.	Ea	Gy	Lev.	TANSZ.	KÖV.	Előfelt.
		Code	Cr.	Lect	Sem	Corresp	Dept.	R.	
Haladó mikroökonómia	Advanced Microeconomics	VEGTKGM144M	6	2	2	20	KG	V	
Kvantitatív módszerek	Quantitative Methods in Economics	VEGTVEM144K	6	2	2	20	KM	F	
Haladó vállalati pénzügyek	Advanced Corporate Finance	VEGTPTM144H	6	2	2	20	PT	V	
Integrált információs rendszerek	ERP System	VEGTVEM122I	3	0	2	10	KM	É	
Üzleti jog	Business Law	VEGTGAM312J	3	2	0	10	VG	K	
Fogyasztásszociológia/fogyasztápszichológia	Sociology and Psychology of Consumption	VEGTMIM112F	3	2	0	10	MI	K	
Marketing menedzsment	Marketing Management	VEGTGAM344M	6	2	2	20	MI	V	
			33						

2. FÉLÉV(Semester)									
Tantárgy	Subject	KÓD	Kr	Ea	Gy	Lev.	TANSZ.	KÖV.	Előfelt.
		Code	Cr.	Lect	Sem	Corresp	Dept.	R.	
Stratégiai menedzsment	Strategic Management	VEGTVEM244S	6	2	2	20	VE	V	
Nemzetközi marketing	International marketing	VEGTNGM144N	6	0	4	20	MI	F	VEGTGAM344M
Marketingkutatás	Marketing research	VEGTMIM244K	6	2	2	20	MI	É	VEGTGAM344M VEGTVEM144K
Integrált marketingkommunikáció	Integrated Marketing Communication	VEGTMIM244I	6	2	2	20	MI	V	VEGTMIM112F
Szabadon választható	Elective course		9						
			33						

3. FÉLÉV (Semester)									
Tantárgy	Subject	KÓD	Kr	Ea	Gy	Lev.	TANSZ	KÖV.	Előfelt.
		Code	Cr.	Lect	Sem	Corresp.	Dept.	R.	
Stratégiai marketingtervezés	Strategic marketing planning	VEGTMIM122T	3	0	2	10	MI	É	VEGTGAM344M
Ellátásilánc menedzsment	Supply Chain Management	VEGTVET444E	6	2	2	20	EL	F	
Szakmai gyakorlat	Internship	VEGTMIM3X0S	0				MI	A	
Diplomaszeminárium	Research Seminar	VEGTMIM322D	3	0	2	10	MI	É	
Kötelezően választható	Specialized elective course		9						
Haladó projektmenedzsment	Advanced project management	VEGTVEM244P	6	2	2	20	VE	V	
			27						

4. FÉLÉV (Semester)									
Tantárgy	Subject	KÓD	Kr.	Ea	Gy	Lev.	TANSZ.	KÖV.	Előfelt.
		Code	Cr.	Lect	Sem	Corresp.	Dept.	R.	
Diplomadolgozat	Thesis	VEGTMIM226D	12	-	-	-	-		VEGTMIM322D és VEGTMIM244K
Kötelezően választható	Specialized elective course		12						
Szabadon választható tárgy	Elective course	-	3	-	-	-	-	-	
			27						

5.2. Specializációs választható tárgyak (Specialised Electives)

Kötelezően választható tárgyak								
Tantárgy	Subject	KÓD	Kr.	Ea	Gy	Lev.	TANSZ.	KÖV.
		Code	Cr.	Lect.	Sem.	Corresp.	Dept.	R.
Business Relationship Management	Business Relationship Management	VEGTMIM142B	3	1	1	10	MI	K
Nemzetközi iparági versenysztratégiák	Competitive Strategies in International Manufacturing	VEGTKGM212N	3	2	0	10	KG	V
Tudásmenedzsment	Knowledge Management	VEGTVEM412T	3	1	1	10	VE	V
Interkulturális menedzsment	Intercultural Management	VEGTVEM444K	6	2	2	20	VE	V
Logisztika II.	Logistics II	VEGTVET444L	6	2	2	20	EL	V
Minőségmenedzsment	Quality Management	VEGTVEM144M	6	2	2	20	VE	V
Fenntarthatóság	Sustainability	VEGTTUM242F	3	1	1	10	TU	F
E-marketing	E-marketing	VEGTMIM212M	3	2	0	10	MI	F
Stratégiai emberi erőforrásmenedzsment	Strategic Human Resource Management	VEGTVEM212E	3	2	0	10	VE	V

Szabadon választható tárgyként felvehető az egyetemen meghirdetett bármely kreditponttal honorált tantárgy (beleértve a szakmai választhatóként felsorolt tárgyakat is). Szabadon választható tárgykeret: 10 % (12 kreditpont).

Electives are any courses with given credit points offered at the university (included those courses which are listed in the list of specialisation electives). Proportion of electives: 10% (12 credit points)

5.3. A záróvizsga tárgyai

ZT1: Marketingstratégiák (Marketing menedzsment; Stratégiai marketingtervezés)

ZT2: Operatív marketingtervezés (Marketingkutató; Integrált marketingkommunikáció)

5.3 Final exam subject area

Marketing strategies (Marketing management, Strategic marketing planning)

Operational marketing planning (Marketing research, Integrated marketing communication)

5.4 A modell tantervben alkalmazott rövidítések

- folyamatos számonkérés (F): folyamatos számonkérésen alapuló érdemjegy vizsgaidőszakon belüli javítási lehetőséggel.
- félévközi jegy (É): folyamatos számonkérésen alapuló érdemjegy vizsgaidőszakon belüli javítási lehetőség nélkül (amikor a vizsgaidőszakban a javítás lehetősége laboratóriumi gyakorlatok, féléves gyakorlati feladat, vagy a tanítási gyakorlat pótlását jelentené). Elégtelen osztályzat esetén a tantárgyat meg kell ismételni.

- kollokvium (**K**): vizsgaidőszakon belüli számonkérésen alapuló érdemjegy - lehet írásbeli, szóbeli vagy a kettő kombinációja.
- vizsga (**V**): félévközi és vizsgaidőszakon belüli számonkérés kombinációja - a félévközi teljesítmény a vizsgán kialakult osztályzat részét képezi.
- aláírás (**A**): a kurzus aláírása azt igazolja, hogy a hallgató a tantervben előírt tantárgyak elméleti és gyakorlati foglalkozásaira megállapított kötelezettségeket teljesítette.

5.4 Abbreviations used in the curriculum

- C - Course Mark
- E - Exam Grade
- S - Signature

Változáskezelés

Módosítás sorszáma	Határozatszám	Hatálya/ Bevezetés módja	Bekezdés sorszáma	Módosítás címe	Oldal
1.0	19/2018-2019.(XI.14.) GTK-KT	felmenő 2019. 09.1- jétől		Marketing mesterképzés tanterv elfogadása	
2.0	71/2018-2019.(IV.10) GTK-KT	azonnali	5.	VEGTMIM226D Diplomadolgozat c. tárgy előfeltételi: VEGTMIM322D Diplomaszeminárium c. tárgy és VEGTMIM244K Marketingkutatás c. tárgyakra módosult	9.
3.0	101/2018-2019.(VI.12.)GTK.KT	azonnali, de nem visszamenő leges	5.	A Projektek tervezése és irányítása c. tárgy neve megváltozik Haladó projektmenedzsment c. tárgyra tavaszi félévről őszi félévre átkerül.	
4.0	103/2018-2019.(VI.12.)GTK.KT	azonnali, de nem visszamenő leges	5.	A szabadon választható tárgyak kredit értéke a 2. félévben 6 kreditre, a 3. félévben 3 kredit értékre módosul.	