

**PANNON EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**

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



**Marketing mesterképzési szak
MSc in Marketing**

**Tanterv
Curriculum**

Képzés helye:	Veszprém	Veszprém
Nyelve:	angol	magyar
Munkarendje:	nappali	levelező

Sasné Dr. Grósz Annamária
Szakfelelős / Head of the program

Dr. Fehérvölgyi Beáta
Dékán / Dean

Érvényes: 2025. szeptember 1-jétől
Effective from 1 September 2025

54/2024-2025.(V.14.) GTK KT határozat szerint

Marketing mesterképzési szak

1. A szakfelelős adatai

Név: Sasné Dr. Grósz Annamária

E-mail: sasne-grosz.annamaria@gtk.uni-pannon.hu

MSc in Marketing

1. Details of the Head of Program

Name: Dr. Annamária Sasné Grósz

E-mail: sasne-grosz.annamaria@gtk.uni-pannon.hu

2. A Szakterületi Bizottság tagjai

A Szakterületi Bizottság tagjait és működésének módját az adott szak szakterületi bizottságának ügyrendje határozza meg.

2. Members of the Special Board

The members of the Special Board and the way it operates are determined by the regulations of the Special Board of the specific program.

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 két 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 languages, orally and with modern info communicational 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

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

- Number of semesters: 4 semesters
- Total credit points acquired: 120

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 ismeretek | 36 kredit |
| ▪ Szakmai ismeretek | 54 kredit |
| ▪ Differenciált szakmai anyag | 6 kredit |
| ▪ Szabadon választható tárgyak | 9 kredit |
| ▪ Diplomamunka | 15 kredit |

3.4. The main fields of studies of the program

- | | | |
|---------------------------------------|----|---------------|
| ▪ Founding material | 36 | credit points |
| ▪ Professional core material | 54 | credit points |
| ▪ Selected professional core material | 6 | credit points |
| ▪ Elective subjects | 9 | credit points |
| ▪ Thesis | 15 | credit points |

3.5. A kötelező, kötelezően választható és a szabadon választható tárgyak kreditértéke

- | | |
|----------------------------------|-----------|
| ▪ Kötelező tárgyak | 90 kredit |
| ▪ Kötelezően választható tárgyak | 6 kredit |
| ▪ Szabadon választható tárgyak | 9 kredit |

- Diplomamunka

15 kredit

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

▪ Compulsory subjects	90	credit points
▪ Compulsory elective subjects	6	credit points
▪ Elective subjects	9	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.*

3.7. Szaknyelvi kompetenciák fejlesztése

A Marketing mesterképzési szakon gazdasági és üzleti szaknyelvi képzés folyik. A Marketing mesterképzési szakon az angol és a német nyelv preferált.

ANGOL NYELVŰ MESTERKÉPZÉSI SZAKRA ÉRVÉNYES

Az angol nyelvű Marketing mesterképzési szak képzési nyelve az *angol*. Az angol szaknyelvi kompetenciák fejlesztése a szakmai tárgyak angol nyelven történő teljesítése révén valósul meg.

3.7. Developing area-specific language competencies

MSc in Marketing provides training in business and economics. English and German are the preferred languages for the MSc in Marketing.

VALID FOR STUDENTS WHO TAKE THE PROGRAM IN ENGLISH

The language of MSc in Marketing in English is English.[NZ1] Subject specific language skills are developed through engagement with the modules delivered in English.

3.7.1. Idegen nyelvű képzés

A Marketing mesterképzési szak hallgatóinak az előírt 120 kreditpontból legalább 6 kreditpontot idegen nyelvű szakmai tárgyak teljesítésével kell megszerezni.

Idegen nyelvű szakmai tárgyaként az alábbiak fogadhatók el:

- jelen tantervben szereplő, kötelező tárgyak idegen nyelvű változatai*;
- a Pannon Egyetemen meghirdetett választható tárgyak idegen nyelven, amennyiben azok szakmai tárgyként elfogadhatók*;
- az ERASMUS-program keretében vagy más módon, külföldön teljesített tárgyak a TKB jóváhagyásával fogadhatók el.

Az adott félévben az idegen nyelvű tárgyak meghirdetése a szakfelelős és a dékán együttes jóváhagyásával történik. Az egyes szakokon elfogadható, a Pannon Egyetemen meghirdetett idegen nyelvű választható tárgyak listájáról a hallgatók a Gazdaságtudományi Kar Moodle felületén tudnak tájékozódni.

* Az idegen nyelvű tárgyak felvételének előfeltétele az adott tárgy nyelvének megfelelő államilag elismert legalább középfokú (B2), komplex típusú nyelvvizsga vagy azzal egyenértékű érettségi bizonyítvány vagy oklevél megléte vagy az adott tárgy nyelvének megfelelő Angol/Német nyelvi kollokviumi vizsga¹ teljesítése.

ANGOL NYELVŰ MESTERKÉPZÉSI SZAKRA ÉRVÉNYES

Az angol nyelvű Marketing mesterszak hallgatóinak idegen nyelvű tárgyak felvétele nem kötelező, de erre fakultatív módon lehetőségük van.

3.7.1. Courses in a Foreign language courses

Marketing students must acquire at least 6 credit points out of a total 120 credits in foreign language courses.

Foreign language courses are the following:

- the foreign language equivalents of the compulsory courses included in the current curriculum*;
- optional foreign languages courses of the University of Pannonia as far as they are accepted as professional subjects*;
- courses completed either within the ERASMUS-program or some other similar programs approved by the Study and Credit Board.

¹ Angol nyelvi kollokviumi vizsga tárgykódja: VEGTLE320XAK
Német nyelvi kollokviumi vizsga tárgykódja: VEMKLE12XONK

The list of modules taught in foreign languages in the given semesters is approved jointly by the course leader and the dean. The list of optional foreign language courses offered and accepted for each degree program at the University of Pannonia is available to students on the Moodle platform of the Faculty of Business and Economics.

* Prerequisite of the foreign language courses is the completion of the English or German Language Exam¹, or at least one intermediate level complex state language examination (B2) in English or German, or the equivalent, such as a general certificate of education or other equivalent certificates

VALID FOR STUDENTS TAKING THE PROGRAM IN ENGLISH

Students on the MSc in Marketing in English are not required to complete modules in any other foreign language but they have the option to do so if they wish.

3.8. Mobilitási ablak

Nemzetközi mobilitásra ajánlott időszak a 3. és/vagy 4. félév. A külföldi intézménynél ajánlott a hallgató által még nem teljesített kötelező tárgyak tematikáit vagy kompetencia-készletét legalább 75%-ban lefedő tantárgyak felvétele.

A mobilitási ablak igénybevétele során, a mobilitásra kiutazó hallgató számára – félévtől függetlenül – lehetőség van 3-12 kreditnyi tárgy felvételére kedvezményes tanulmányi rend keretében, konzultációs vagy elővizsga lehetőséggel, a tárgyfelelős oktató jóváhagyásával.

3.8. Mobility window

The recommended period for international mobility is the 3rd and/or 4th semester. At the foreign institution, it is recommended to take courses that cover at least 75% of the topics or competencies of the compulsory courses that the student has not yet completed.

During the mobility window, students on exchange are offered the opportunity to take 3-12 credits of courses in a reduced study schedule, with the possibility of consultation and pre-examination, with the approval of the lecturer in charge of the course.

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 diplomadolgozat készítéssel 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. Hallgatói jogállás fenntartásának feltétele

- A harmadik aktív félév végéig a mintatanterv első félévének kötelező tárgyainak teljesítése (HKR 44. §).
- A harmadik aktív félév végéig legalább 45 kreditpont teljesítése (HKR 44. §).
- Az azonos tanegységből tett sikertelen javító, és ismétlő javító vizsgáinak összesített száma nem éri el az ötöt. (HKR 57. §).

A hallgatói jogállás további feltételeiről a HKR 39. §-a rendelkezik.

4.3. Condition of the student status reservation

- Completing the first Semester's compulsory subjects by the end of Semester 3
- Completing a minimum of 45 credit points by the end of Semester 3.
- Higher education institutions shall terminate the student status unilaterally in cases where the total number of unsuccessful and repeated retake examinations in a given unit of study has reached five.

Others condition of the student status reservation from Students Requirements System 39§ .

4.4. 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;

A záróvizsgára bocsátás feltétele

- befogadott diplomadolgozat és
- az abszolutórium megszerzése.

4.4. 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

The eligibility for the final exam:

- acquired absolutorium and
- approved thesis

4.5. Záróvizsga követelmények

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

4.5. Requirements for the final exam

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

4.6. Oklevél követelmények

- A záróvizsga teljesítése.

Az oklevél eredmény 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)

$$ZV = \frac{\sum_{i=1}^n ZT_i}{n}$$

ZV a záróvizsgán teljesített szóbeli vizsga eredménye

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 minősítését a Hallgatói Követelményrendszer szabályozza.

4.6. 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 oral exam result of the final exam

DM thesis final mark

DC degree classification

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

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.

5. Modell tanterv

5.1. Törzsanyag (kötelező tárgyak megnevezése + az egyéb tárgyak tantervi helye)

Tanszékek: MI – Marketing Intézeti Tanszék; SP – Számvitel és Pénzügy Intézeti Tanszék; TU – Turizmus Intézeti Tanszék; KG – Közgazdaságtan Intézeti Tanszék; NG – Nemzetközi Gazdaságtan Intézeti Tanszék; VG – Vállalatgazdaságtan; EL – Ellátási Lánc Menedzsment Intézeti Tanszék; IIT – Innovációmenedzsment Intézeti Tanszék; KM – Kvantitatív Módszerek Intézeti Tanszék; VE – Szervezési és Vezetési Intézeti Tanszék

5. Model Curriculum

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

Departments: MI – Marketing; SP – Accounting and Finance; TU – Tourism; KG – Economics; NG – International Economics; VG – Business Economics; EL – Supply Chain Management; IIT – Innovation Management; KM – Quantitative Methods; VE – Management

A: A tanulmányaikat az őszi félévben megkezdő hallgatók részére

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.	Prerequisite
Haladó nemzetközi gazdaságtan	Advanced International Economics (World Economics)	VEGTNGM144H	6	0	4	20	NG	F	
Alkalmazott vállalati pénzügyek	Applied Corporate Finance	VEGTSPM116AV	6	4	0	20	SP	V	
Adatvezérelt döntéstámogatás és kockázatelemzés	Data-driven decision making and Risk Analysis	VEGTKMM149AD	9	2	4	30	KM	F	
Üzleti jog	Business Law	VEGTGAM312J	3	2	0	10	VG	K	
Fogyasztásciológia/fogyasztáspszichológia	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.	Prerequisite
Stratégiai és digitális marketing	Strategic and Digital Marketing	VEGTMIM246SD	6	2	2	20	MI	V	
Nemzetközi marketing	International marketing	VEGTNGM144N	6	0	4	20	MI	F	
Marketingkutató	Marketing research	VEGTMIM244K	6	2	2	20	MI	É	
Integrált marketingkommunikáció	Integrated Marketing Communication	VEGTMIM244I	6	2	2	20	MI	V	
Szabadon választható	Elective course		6						
			30						

3. FÉLÉV (Semester)									
Tantárgy	Subject	KÓD	Kr.	Ea	Gy	Lev.	TANSZ.	KÖV.	Előfelt.
		Code	Cr.	Lect	Sem	Corresp	Dept.	R.	Prerequisite
Stratégiai menedzsment	Strategic management	VEGTVEM149SM	9	3	3	30	VE	F	
Ellátási lánc menedzsment	Supply Chain Management	VEGTVET444E	6	2	2	20	EL	F	
Employer branding	Employer branding	VEGTMIM246EB	6	2	2	20	MI	F	
AI a marketingben	AI in marketing	Új kód	6	2	2	20	MI	F	
Szakmai gyakorlat	Internship	VEGTMIM3X0S	0	-	-	-	MI	A	
Diplomaszeminárium	Research Seminar	VEGTMIM322D	3	0	2	10	MI	É	
			30						

4. FÉLÉV (Semester)									
Tantárgy	Subject	KÓD	Kr.	Ea	Gy	Lev.	TANSZ.	KÖV.	Előfelt.
		Code	Cr.	Lect	Sem	Corresp	Dept.	R.	Prerequisite
ESG szempontú menedzsment feladatok	ESG-related management tasks	Új kód	3	1	1	10	IIT		
Marketing kontrolling	Marketing Controlling	VEGTMIT123M	3	1	1	10	MI		
Diplomadolgozat készítés	Thesis	VEGTMIM226D	12	-	-	-	MI	É	VEGTMIM322D és VEGTMIM244K
Kötelezően választható	Specialized elective course		6						
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.	
Szolgáltatások minőségmenedzsmentje	Service Quality Management	VEGTTUM112S	3	2	0	10	TU	K	
Nemzetközi iparági versenystratégiák	Sectoral Strategies of Competitiveness	VEGTKGM212N	3	2	0	10	KG	V	
Tudásmenedzsment és digitalizáció	Knowledge Management and Digitalization	VEGTVEM146TM	6	2	2	20	VE	F	
Interkulturális menedzsment és kommunikáció	Intercultural Management and Communication	VEGTVEM246IM	6	2	2	20	VE	F	
Fenntarthatóság	Sustainability	VEGTTUM242F	3	1	1	10	IIT	F	
Szervezetfejlesztés és változásmenedzsment	Organization Development and Change	VEGTVEM246SF	6	2	2	20	VE	V	
Desztináció branding	Destination Branding	VEGTTUM246DB	6	2	2	20	TU	V	
Nemzetközi üzleti gyakorlat	International Business Practice	VEGTNGM444G	6	0	4	20	NG	F	
Világgazdasági elemzés és előrejelzés	World Economic Analysis and Forecasting	VEGTNGM144V	6	0	4	20	NG	F	
Innováció menedzsment és szervezeti kihívások	Innovation Management and Organization Challenges	Új kód	3	1	1	10	IIT	V	

Szabadon választható tárgykeret (HKR 43.; 44. §): 9 kreditpont.

Proportion of electives (SRS 43.;44.§): 9 credit points

5.3. A záróvizsga tárgyai

ZT1: Marketingstratégiák (Marketing menedzsment; Stratégiai és digitális marketing)

ZT2: Operatív marketingtervezés (Marketingkutatás; Integrált marketingkommunikáció)

5.3 Final exam subject area

Marketing strategies (Marketing management, Strategic and digital marketing)
--

Operational marketing planning (Marketing research, Integrated marketingcommunication)
--

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

- continuous assessment (**F**): continuous assessment-based mark within the examination period, exclusively on make-up week, with an opportunity for betterment.
- in-semester mark (**É**): continuous assessment-based mark without a betterment opportunity within the examination period (when the opportunity for betterment would mean make-ups for laboratory practice, semester practical tasks, or a make-up for teaching practice). In cases of a fail mark the course must be retaken.
- colloquial (**K**): examination period assessment-derived mark – may be written, oral or the two combined.
- examination (**V**): a combination of in-semester and examination period assessment – in-semester performance is part of the final mark derived after the examination.

Változáskezelés

Módosítás sorszáma	Határozatszám	Hatálya/ Bevezetés módja	Bekezdés sorszáma	Módosítás címe	Oldal
1.0	54/2024-2025.(V.14.) GTK-KT	2025. 09.01- jétől		Marketing mesterképzés tanterv elfogadása	
2.0	adminisztratív módosítás	2025.07.01- től	1.	szakfelelős változás	2