

A VÁROSMARKETING SPECIALISTA SZAKIRÁNYÚ TOVÁBBKÉPZÉSI SZAK KÉPZÉSI ÉS KIMENETELI KÖVETELMÉNYEI

1. **A szakirányú továbbképzés megnevezése:** Városmarketing specialista szakirányú továbbképzési szak
2. **A szakirányú továbbképzésben szerezhető szakképzettség oklevélben szereplő megnevezése:** városmarketing specialista
3. **A szakirányú továbbképzés besorolása:**

képzési terület szerinti besorolás: Gazdaságtudományok képzési terület

a végzettségi szint besorolása:

- ISCED 1997 szerint: 5A
- ISCED 2011 szerint: 6
- az európai keretrendszer szerint: 6
- a magyar képesítési keretrendszer szerint: 6

a szakképzettség képzési területek egységes osztályozási rendszere szerinti tanulmányi területek besorolása:

- ISCED 1997 szerint: 342
- ISCED-F 2013 szerint: 0414

4. **A felvétel feltételei:** bármely képzési területen szerzett BSC (korábbi képzési rendszerben főiskolai) végzettség
5. **Képzési idő:** 2 félév, összes kontaktóra: 220 óra
6. **A szakképzettség megszerzéséhez szükséges kreditpontok száma:** 60 kredit
7. **A képzés célja és szakmai kompetenciák:**

7.1. A képzés célja:

A képzés célja olyan szakemberek képzése, akik társadalmi, non-business, non-profit és kiemelten a területi (település, városi, megyei, országos) szervezetekben végeznek marketingtevékenységet. Megszerzett elméleti és gyakorlati ismereteik birtokában képesek területi marketing stratégia kialakítására, a területi marketing és különböző alkalmazási funkcionális, szakmai marketingterületek tevékenységeinek menedzselésére, különböző szakmai programok irányítására, a területi marketing eszközei szükséges tartalmának meghatározására, feladatok végrehajtásának koordinálására, kapcsolattartásra belső és külső stakeholderekkel.

7.2. Szakmai kompetenciák

a, tudás

- Ismeri a marketing szakterület általános és specifikus jellemzőit, határait, legfontosabb fejlődési irányait, szakterületeinek kapcsolódását rokon szakterületekhez.
- Részletekbe menően ismeri a területi/városmarketing szakterület összefüggéseit, elméleteit és az ezeket felépítő terminológiát.
- Ismeri a marketing ezen szakterületének sajátos elemzési, kutatási (ismeretszerzési és problémamegoldási) módszereit, absztrakciós technikáit, az elvi kérdések gyakorlati

vonatkozásainak kidolgozási módjait, a terület-marketing tervezésének, mérésének és elemzésének módszereit.

- Ismeri a marketingstratégia elméleteit, elemzési módszereit, valamint további terület-marketing részterületek (például turizmus, kultúra stb.) elméleti alapjait és elemzési módszereit.
- Ismeri a marketing helyét, szerepet a társadalmi innovációs folyamatok, az innovációs versenyelőnyök építésében és realizálásában,
- Ismeri a marketing és alkalmazásainak digitális, online megoldásait, eszközrendszerét
- Ismeri a közszféra működésének, menedzsmentjének meghatározó folyamatait.
- El tud igazodni a területi tervezés, rendezés, fejlesztés folyamataiban, ismeri a marketing helyét, szerepét azokban.
- Ismeri a városmarketing, mint a területi versenyképesség növelésének eszközrendszerét, funkcionális területeit.
- Ismeri a marketingkommunikáció, az imázs és márkaépítés területmarketing sajátosságait.
- Jól ismeri marketing és speciális szakterülete szókincsét és az írott és beszélt nyelvi kommunikáció sajátosságait, legfontosabb formáit, módszereit, és technikáit anyanyelvén és egy idegen nyelven.

b, képesség

- 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, a változó hazai és nemzetközi környezetben, illetve szervezeti, intézményi kultúrában is.
- Képes elvégezni a marketing szakterülete ismeretrendszerét alkotó különböző elképzelések részletes analizisét, és az átfogó és speciális összefüggéseket szintetizálva megfogalmazni.
- A különböző marketing folyamatokban, projektekben, csoportos feladatmegoldásokban vesz részt, vezetőként a tevékenységet tervezi, irányítja, szervezi, koordinálja, értékeli.
- Képes vezetői testületek számára önálló elemzések és előterjesztések készítésére.
- Képes szakmai megbeszélések, tárgyalások vezetésére, sikeres megállapodások támogatására.
- 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.

c, attitűd

- 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, autonómia és felelősség

- 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.
- Felelősséget vállal saját munkájáért, az általa irányított szervezetért, vállalkozásáért, az alkalmazottakért.
- Kialakított marketing szakmai véleményét előre ismert döntési helyzetekben önállóan képviseli. Új, komplex döntési helyzetekben is felelősséget vállal azok környezeti és társadalmi hatásaiért.
- Társadalmi és közéleti ügyekben kezdeményező, felelős magatartást tanúsít a munkatársak, beosztottak vonatkozásában.

8. A szakirányú továbbképzés szakmai jellemzői, a szakképzettséghez vezető szakterületek és azok kreditaránya, amelyből a szak felépül:

8.1. Alapozó ismeretek 17-20 kredit

önkormányzati gazdálkodási ismeretek, közszféra menedzselésének ismeretei, területfejlesztési ismeretek, marketing ismeretek, társadalmi, nonprofit marketing sajátosságok,

8.2. Szakmai ismeretek 32-35 kredit

fogyasztói magatartás- és piacelemzés módszerei, marketingmérések, marketingkutató módszerei és alkalmazása, marketingtervezés, marketingstratégia kialakítása és realizálása, értékesítési ismeretek, integrált marketingkommunikáció módszere és technikái, területi marketing, marketingorientált kínálatfejlesztés, helyi identitás kialakítása, területek imázsépítése, márkázása, a turizmus rendszere, turisztikai desztinációk és vállalkozások menedzsmenete, kulturális szervezetek működése és marketingje, a digitalizáció és hatásai a városok működésére, digitális marketing és eszközei,

8.3. Kiegészítő szakmai ismeretek 5-8 kredit

rendezvényszervezés, közszolgálati marketing,

A ZÁRÓVIZSGA TÉMAKÖREI

A záróvizsga komplex feladat, konkrét eset-szituáció által felvetett üzleti kérdések kapcsán ellenőrzi a megszerzett ismeretek, tudás és készségek alkalmazásának képességét.

Témakörök:

- Területi marketing stratégiai tervezési módszertana
- Területi marketing eszközrendszere

- Mérések, auditok a területi marketingben
- A márka értelmezése, építése, menedzselése a területi marketingben.
- Helyi identitás építése, a belső marketing és eszközei a települések és térségek esetében
- Kínálatfejlesztési marketing programok
- Terület- és településfejlesztés és a területi marketing kapcsolata
- Település/térség marketingkommunikációja, esemény-kommunikáció, kommunikációs stratégia egy település/térség esetében

AZ ÉRTÉKELÉSI ÉS ELLENŐRZÉSI MÓDSZEREK, ELJÁRÁSOK

Az ismeretek értékelési és ellenőrzési rendszere a mintatantervben előírt gyakorlati jegyek megszerzéséből, kollokviumok és záróvizsga letételéből tevődik össze. A vizsgára bocsátásnak minden egyes tantárgynak külön feltételei vannak pl. egyéni feladatok teljesítése, évközi írásbeli beszámolók, szakdolgozat stb. elkészítése.

A záróvizsgára bocsátás feltételei:

A tantervben előírt valamennyi tanulmányi és vizsgakötelezettség teljesítése és a bíráló által bírált és elfogadott szakdolgozat.

A szakdolgozat a szakirányú továbbképzés tantárgyainhoz kapcsolódó elméleti alapokon nyugvó, gyakorlati témát elemző, önálló munka. A hazai és nemzetközi szakirodalomban való jártasságon túlmenően azt is tanúsítja, hogy a hallgató képes a szakirodalom feldolgozásával ismereteit önállóan alkalmazni.

A záróvizsga részei: a szakdolgozat megvédése, valamint komplex vizsga, amely átfogja a képzés tantárgyainak ismeretanyagát.

AZ OKTATÁSI HIVATAL NYILVÁNTARTÁSÁBAN SZEREPLŐ ADATOK

a) A képzés helye: Miskolc, Budapest

b) A képzés nyelve: magyar

c) A képzés munkarendje: levelező

d) Szakirány(ok): -

e) Specializáció(k): -

f) Műveltségterületek): -

g) A nyilvántartásba vétel ideje: FNYF/153-5/2019. számú határozat (2019. január 18.) szerint, a budapesti képzési hely nyilvántartásba vételének ideje: FNYF/153-12/2019. számú határozat (2019. január 25.) szerint

h) A meghirdetés kezdő tanéve: 2018/2019. tanév II. félév

i) A meghirdetés utolsó tanéve: -

j) Képzési együttműködések: -

k) A képzés folytatásához szükséges határozat(ok) adatai:

- ME 233/2018. számú szenátusi határozat (2018. november 29.)