

BUSINESS MARKETING SPECIALISTA SZAKIRÁNYÚ TOVÁBBKÉPZÉSI SZAK KÉPZÉSI ÉS KIMENETELI KÖVETELMÉNYEI

1. **A szakirányú továbbképzés megnevezése:** Business marketing specialista szakirányú továbbképzési szak
2. **A szakirányú továbbképzésben szerezhető szakképzettség oklevélben szereplő megnevezése:** Business marketing 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: 5A
- ISCED-F 2013 szerint: 6

4. **A felvétel feltételei:**

Bármely képzési területen alapképzésben szerzett oklevél (korábbi képzési rendszerben főiskolai oklevél).

5. **Képzési idő:** 2 félév, összes kontaktóra: min 200 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 szervezetközi, üzleti, elsősorban az ún. business-to-business (B2B) piacokon működő vállalkozásokban végeznek marketingtevékenységet. Megszerzett elméleti és gyakorlati ismereteik birtokában képesek businessmarketing stratégia kialakítására, a businessmarketing tevékenységeinek menedzselésére, különböző szakmai programok irányítására, a businessmarketing eszközei szükséges tartalmának meghatározására, feladatok végrehajtásának irányítására, koordinálására, kapcsolattartásra belső és külső stakeholderekkel.

7.2. Szakmai kompetenciák

a, tudás

- Ismeri a marketing szakterület általános és üzleti-piaci specifikus jellemzőit, határait, legfontosabb fejlődési irányait, elméleteit és az ezeket felépítő terminológiát.
- Ismeri a business-to-business marketing folyamatait, szervezeti megvalósításának megoldásait, a szakterület kapcsolódását a vállalkozások értékteremtési folyamataihoz, funkcióihoz, szervezeti egységeihez.

- Ismeri a marketingstratégia különböző elméleti megközelítéseit, a business marketing szakterületek sajátos tervezésének, mérésének és elemzésének módszereit.
- Ismeri a marketing helyét, szerepét az innovációs folyamatok, az innovációs versenyelőnyök építésében és realizálásában,
- Ismeri a vállalkozások beszerzési, értékesítési folyamatait, az ahhoz kapcsolódó logisztikai megoldásokat.
- Ismeri a business marketing különböző módszertani iskoláit, a kapcsolati marketing megközelítést, az IMP módszertanát.
- Ismeri az ügyfélorientáltság, elégedettség és ügyfélérték mérésének, növelésének, menedzselésének módszereit,
- Ismeri a belső és külső marketingkommunikáció, a hírnév, imázs és márkáépítés – ezen belül kiemelten az employer branding – módszereit, technikát, a társadalmilag felelős vállalati tevékenység (CSR) marketing-támogatásának módszereit,
- Ismeri a marketing és alkalmazásainak digitális, online megoldásait, eszközrendszerét
- Jól ismeri marketing szakterülete szókincsét és az írott és beszélt nyelvi kommunikáció sajátosságait, legfontosabb formáit, módszereit, és technikáit.

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 kultúrában is.
- Képes elvégezni a marketing szakterülete ismeretrendszerét alkotó különböző elképzelések részletes analízisét, és az átfogó és speciális összefüggéseket szintetizálva megfogalmazni.
- A különböző marketing folyamatokban, projekteken, csoportos feladatmegoldásokban vesz részt, vezetőként a tevékenységet tervezi, irányítja, szervezi, koordinálja, értékeli.
- Képes vezetői testületek számára önálló elemzések és előterjesztések készítésére.
- Képes üzleti megbeszélések, tárgyalások vezetésére, sikeres üzletkötések támogatására.

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 (ideértve 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 teljes körű 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.

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

8.1. Alapozó ismeretek: 12-18 kredit

Vállalatok működése, gazdálkodása, Értékteremtő folyamatok és menedzsmentje, Világgazdaságtan, nemzetközi piaci folyamatok ismerete, Szervezeti magatartás és vezetés,

8.2. Szakmai ismeretek: 30-34 kredit

szervezeti piacok sajátosságai, business marketing (B2B) tervezése és folyamatai, ügyfélkapcsolatok menedzselése, fogyasztó piaci magatartás elemzése, trendjei, hatásai, marketingmérések és kontrolling, marketingtervezés, értékesítés menedzsmentje, marketinglogisztikai ismeretek, integrált marketingkommunikáció, márkaépítés, employer branding, innovációk marketingtámogatása, digitális marketingmegoldások, beszerzési döntések és folyamatok,

8.3. Kiegészítő szakmai ismeretek: 7-10 kredit

nemzetközi kereskedelem technikája, üzleti tárgyalások technikája, protokoll,

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:

- Szervezeti, üzleti piacok sajátosságai és azok marketingkövetkezményei
- Business-to-business marketing stratégia tervezési és realizálási módszertana, folyamatai, eszközrendszere
- Mérések, auditok a business marketingben
- Marketingkommunikáció szervezeti piacokon
- Innovációk marketingtámogatása
- Beszerzési stratégia és döntések,
- Értékesítés-menedzsment
- Marketing-logisztikai folyamatok

AZ ÉRTÉKELÉSI ÉS ELLENŐRZÉSI MÓDSZEREK, ELJÁRÁSOK:

Az ismeretek értékelési és ellenőrzési rendszere – az egyetemi és kari szabályzatok, hallgatói követelményrendszer által meghatározottan - 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 stb. elkészítése, amit a tantárgyi programok részletesen meghatároznak.

A záróvizsgára bocsátás feltételei: A tantervben előírt valamennyi tanulmányi és vizsgakötelezettség teljesítése és a két bíráló által értékelt és elfogadott szakdolgozat.

A szakdolgozat a szakirányú továbbképzés tantárgyaihoz kapcsolódó elméleti, módszertani 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 adott problémák, kérdések megoldásában.

A záróvizsga részei: a szakdolgozat megvédése, valamint komplex vizsga, amely átfogja a képzés tantárgyainak ismeretanyagát. Az oklevél minősítése az alábbiak szerint határozódik meg.

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/153-1/2019. számú határozat (2019. január 18.) szerint, a budapesti képzési hely nyilvántartásba vételének ideje: FNYF/153-8/2019. 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 229/2018. számú szenátusi határozat (2018. november 29.)