

Stratégiai marketing szakirányú továbbképzési szak

I. A szakirányú továbbképzés neve:

Stratégiai marketing

II. A szakirányú továbbképzési szak FIR-kódja:

III. A létesítést engedélyező határozat ügyiratszám:

OH-FHF/1549-5/2008.

IV. A létesítő intézmény neve:

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

V. A szakirányú továbbképzési szak képzési és kimeneti követelménye:

1. A szakirányú továbbképzés megnevezése:

Stratégiai marketing szakirányú továbbképzési szak

2. A szakképzettség oklevélben szereplő megnevezése:

Stratégiai marketing szakértő

3. A szakirányú továbbképzés képzési területe:

Gazdaságtudományok

4. A felvétel feltételeként (alapképzési szakhoz kapcsolódó szakirányú továbbképzési szak esetén) azon képzési területek, képzési ágak vagy alapképzési szakok megnevezése, amelyekre a szakirányú továbbképzési szak épül:

A szakirányú képzésre bármely alapszakot végzett szakemberek jelentkezhetnek, akik oklevelüket a jelentkezést megelőzően szerezték.

5. A képzési idő (félévben meghatározva):

3 félév

6. A szakképzettség megszerzéséhez összegyűjtendő kreditek száma:

90 kredit

7. A képzés során elsajátítandó kompetenciák, tudáselemek, megszerezhető ismeretek, személyes adottságok, készségek, a szakképzettség alkalmazása konkrét környezetben, tevékenységrendszerben:

A képzésben végzettek a stratégiai marketing fogalmi kereteinek teljes ismeretét kapják.

Megismerik a szakma tradicionális tudásanyagát és emellett a gyorsan változó környezethez, feltételrendszerhez igazodó modern megközelítéseket is.

A hallgatók hozzájutnak a teljes piacszerzési gyakorlat strukturális ismeretéhez, a marketing tudás- és fogalomrendszerének használata mellett, annak gyakorlati felhasználására is kompetenssé válnak. Alapvető készségükké válik a szakma elhelyezése mind a tudomány, mind a teljes piacszerzési és a hozzá kapcsolódó kommunikációs tevékenység területén.

Mivel a képzés kiemelt hangsúlyt fektet a hazai és nemzetközi gyakorlatban sikeresen alkalmazott technikák ismeretére, így mind itthon, mind nemzetközi szinten versenyképes, azonnal alkalmazható tudást sajátít el a képzésben résztvevő, amelynek gyakorlati alkalmazhatósága a személyes tehetségek és elkötelezett szándékokon túl is biztosított.

a) A képzés során elsajátítandó kompetenciák:

A stratégiai marketing szakértő

- képessé válik a marketing fogalomrendszerének értelmezésére, használatára,
- a marketinget képes a szakmák és a tudomány területén elhelyezni,
- a piacszervezés struktúráit megismeri,
- betekintést kap a fogyasztói magatartás témáiba,
- elsajátítja a marketing szemléletet, képesekké válik a stratégiai gondolkodásra,
- a marketingkommunikációs módszereket megismeri, a részletes áttekintés alapján képessé válik kampányt tervezni, lebonyolítani,
- kreatív feladatok megoldásaiban biztonságot szerez,
- a legújabb marketing technikákat megismeri.

b) A képzés során megszerezhető tudáselemek, ismeretek:

Tudáselemek:

- stratégiai gondolkodás,
- marketing szemlélet,
- piac kezelése,
- komplex kommunikációs módszerek alkalmazása,
- a legújabb kommunikációs technikák használata,
- speciális marketing tudások elsajátítása.

Ismeretek:

A stratégiai marketing szakértő:

- rendelkezik stratégiaalkotási ismeretekkel,
- ismeri a kutatási módszereket,
- magas szinten ismeri a marketing eszközök használatát,
- magas szinten ismeri a legújabb marketing technikák alkalmazását,
- rendelkezik a kommunikációs módszerek integrált használatának képességével,
- ismeri a fogyasztói motivációk értékelésének módszereit.

c) A képzés során megszerezhető személyes adottságok, készségek

A stratégiai marketing szakértő képes:

- értékelni a piaci adatokat, információkat,
- marketing-kutatásokat szervezni,
- kiválasztani a különféle adottságokkal rendelkező gazdasági szervezetek számára leghatékonyabb marketing technikát, eszközt, stratégiát,
- azokat a gyakorlatban magas színvonalon alkalmazni,
- alakítani különböző szándékokra a szervezet marketingkommunikációját,
- kampányt tervezni, szervezni, összeállítani, levezényelni.

d) A szakképzettség alkalmazása konkrét környezetben, tevékenységrendszerben

Konkrét környezet:

- vállalatok, (termék, márka, szolgáltatás),
- for-profit és non-profit szervezetek,
- a szakmai és civil szféra,
- kormányzati és önkormányzati szféra,
- nemzetek és régiók,
- egyéb hatóságok marketing tevékenysége.

Tevékenységrendszer:

Tevékenységi körök:

- vállalat, szervezet, vállalkozás vezetője,
- középvezető,
- felsővezető.

Tevékenységek:

- a szervezetek napi piacszervezési gyakorlatában használt tevékenységi körök és konkrét feladatok tervezése, szervezése, lebonyolítása,
- a marketing rendszerei, alrendszerei.

8. A szakképzettség szempontjából meghatározható ismeretkörök és a főbb ismeretkörökhöz rendelt kreditérték:

Alapozó ismeretek:	18 kredit
(Marketing elmélet, Marketing kutatás, Stratégiai gondolkodás, Vállalkozások gazdaságtana)	
Szakmai elméleti ismeretek:	31 kredit
(Fogyasztói magatartás, Marketing pénzügyek, Trade marketing, Reklámpszichológia, Public Relations, Marketingkommunikáció, Szolgáltatásmarketing, Politikai marketing, CSR)	
Gyakorlati ismeretek:	37 kredit
(Marketing a gyakorlatban, Marketing szemlélet, Direkt marketing, Reklámkutatás és tervezés, Márkamenedzsment, Médiatervezés, Marketing szoftverek, Üzleti prezentáció, Gerilla marketing, Event menedzsment)	

9. A szakdolgozat kreditértéke:

4 kredit