

## Célkitűzések

A marketing teremti meg a kapcsolatot a vállalat és a fogyasztó között, így értékes eszközökkel támogatja a vállalati célok elérését. A Marketing szakirány célja olyan vezető marketing szakemberek képzése, akik sikeresen helytállnak a dinamikus változó gazdasági környezetben, akik képesek azonosítani a piaci trendeket és a fogyasztói igényeket, a fogyasztói elégedettséget és vállalati célokat szem előtt tartva versenyképes ajánlatokat kialakítani, valamint kreatív reklámokkal és csatornákkal támogatni az értékesítést. A legkorszerűbb piackutatási, marketingtervezési és on-line marketing ismereteknek és a valós vállalati projekteknél köszönhetően a szakirány végzettségi sikerrel pályázhatnak a cégek állásajánlataira vagy továbbtanulásra a mesteri képzésben.

## Tartalom és struktúra

A szakirány tantervét a korszerű marketing alapelvek mentén építettük fel. Az első három félévben a hallgatók elsajátítják az általános gazdasági, üzleti és módszertani tantárgyakat, melyek segítségével megismerik a gazdaság és a vállalat működését, valamint a vállalati szerepek szerepét és kölcsönhatását. A negyedik félévtől a hallgatók a szaktantárgyak segítségével a marketing feladatok elvégzéséhez szükséges tudást szerzik meg, köztük marketingkutatás, fogyasztói magatartás, on-line marketing, marketingtervezés, branding, statisztika, áru-

ismeret, szolgáltatásmarketing, kereskedelem, értékesítés, business-to-business marketing, bankmarketing vagy nemzetközi marketing. A szaktantárgyak mellett a szakmai gyakorlat, a választható tárgyak és az idegen nyelv órák is biztosítják, hogy hallgatóink a hazai és nemzetközi üzleti környezet elvárásainak maximálisan megfeleljenek.

## Készségek és kompetenciák

A Marketing szakirányon a hallgatók elsajátítják a marketing alapfogalmait, módszereit és technikáit. Megtanulják, hogyan kell releváns adatokat gyűjteni, elemezni és értelmezni a fogyasztókról, vállalatról, versenytársakról és általában a marketing környezetről. A hallgatók elsajátítják azokat a módszereket, amelyek segítségével a piaci igényekhez igazodó termék- és szolgáltatásajánlatot kidolgozzák és árazzák, megtanulják az értékesítési módszereket és kommunikációs technikákat. Megismerik azokat az on-line eszközöket, amelyek segítségével a marketing folyamatok hatékonyságát növelni lehet. Megtanulják és gyakorlatban kipróbálják a marketingtervezési módszereket. A szakmai kompetenciák mellett a személyes készségek is hangsúlyt kapnak. A marketingben kiemelten fontos a kreativitás és innovativitás, a csapatmunka, a kommunikációs készségek, a felelős munkavégzés és a folyamatos tanulás.

## Karrierlehetőségek

A képzett marketing szakemberek iránti kereslet folyamatosan növekszik. Végzettjeink elhelyezkedhetnek gyártó-, kereskedő- és szolgáltatóvállalatoknál, helyi és multinacionális cégeknél. Jelentős munkáltatók még a digitális marketing ügynökségek, on-line áruházak, reklámügynökségek, piackutató cégek vagy tanácsadó vállalatok. Végzettjeink sikeres karriert építhetnek a következő pozíciókban: marketing menedzser, marketing szakértő, piackutató, on-line marketinges, fogyasztói adatelemző, felhasználói élmény (UX) designer, termékmenedzser, márkamenedzser, értékesítési menedzser, kommunikációs menedzser, ügyfélszolgálatos, kiemelt ügyfélmenedzser, marketing tanácsadó, employer branding szakértő.

### Szakirányfelelős

- ☎ **dr. SÁPLÁCAN Zsuzsa,**  
egyetemi docens
- ✉ [zsuzsa.saplacan@econ.ubbcluj.ro](mailto:zsuzsa.saplacan@econ.ubbcluj.ro)



"A marketing szakirány teljesítette az elvárásaimat az itt kapott átfogó és aktuális ismeretekkel, remek kurzusokkal, gyakorlatorientált szemináriumokkal és a kolozsvári egyetemi élet lehetőségeivel. Az on-line marketing, marketingkutatás vagy más érdekes tantárgyak által olyan tudást ad, amely a karrierem fejlesztését segíti."

**BORZÁSI ABA-SÁNDOR**

# CURRICULUM

1. Félév (32 kredit)	2. Félév (32 kredit)	3. Félév (30 kredit)	4. Félév (30 kredit)	5. Félév (30 kredit)	6. Félév (30 kredit)
Mikroökönómia	Makroökönómia	<b>Pénzügyi számvitel</b>	Fogyasztói magatartás	Marketingtervezés	Eladásmenedzsment és ösztönzés
<b>Európa gazdaságtana</b>	Pénzügyi és biztosítási matematika	Vállalati pénzügyek	Marketingkutatás	Szolgáltatásmarketing	Business to business marketing
Matematika közgazdaszoknak	<b>Számviteli alapismeretek</b>	<b>Adatbázisok és programok</b>	Következtető statisztika	Branding	Pénzügyi és bankmarketing
<b>Menedzsment</b>	<b>Gazdasági informatika</b>	Leíró statisztika	Áruismeret és minőségbiztosítás	Online marketing alapjai	Nemzetközi marketing alapelvei
Marketing alapjai	Közösségi pénzügyek	<b>Üzleti etika</b>	<b>Üzleti szaknyelv*</b>	Értékesítés és kereskedelem	<b>Humán erőforrás menedzsment</b>
Szolgáltatások alapjai	Üzleti jog	<b>Üzleti idegen nyelv*</b>	Szakmai gyakorlat (Fogyasztói magatartás + Marketingkutatás)	<b>Kötelezően választható tantárgy 4</b>	Szakdolgozat elkészítése
<b>Üzleti idegen nyelv*</b>	<b>Üzleti idegen nyelv*</b>	<b>Kötelezően választható tantárgy 1</b>	<b>Kötelezően választható tantárgy 2</b>	<b>Kötelezően választható tantárgy 5</b>	<b>Kötelezően választható tantárgy 6</b>
Testnevelés 1	Testnevelés 2		<b>Kötelezően választható tantárgy 3</b>		

\* Angol, francia, német, olasz és spanyol

A 3.-6. féléves opcionális tantárgyak lehetővé teszik interdiszciplináris, nyelvi vagy egyéb kiegészítő kompetenciák elsajátítását:						
Interdiszciplináris kompetenciák	3. Félév Kötelezően választható tantárgy 1	4. Félév Kötelezően választható tantárgy 2	4. Félév Kötelezően választható tantárgy 3	5. Félév Kötelezően választható tantárgy 4	5. Félév Kötelezően választható tantárgy 5	6. Félév Kötelezően választható tantárgy 6
Marketing			Kis- és középvállalatok marketingje	Anyagi erőforrások beszerzése Grafikus dizájn a marketingben		Turizmus marketing Kiskereskedelmi marketing
<b>Számvitel és ügyviteli/gazdálkodási informatika</b>		<b>Vezetői számvitel</b> <b>Pénzügyi beszámoló</b>			<b>Számvitelben alkalmazott integrált rendszerek</b> <b>Vállalati teljesítménymérés</b>	<b>Pénzügyi ellenőrzés és könyvvizsgálat</b>
Általános gazdaságtan	Gazdaságtörténet Gazdasági doktrínák Világ gazdaságtan	Viselkedési közgazdaságtan		Regionális gazdaságtan és politikák		
Nemzetközi ügyletek és gazdaságtan			<b>Nemzetközi gazdasági ügyletek</b>			
Pénzügy és bank	Adózási rend	Pénzügyi piacok			Pénzügyi elemzés Biztosítások	Beruházás menedzsment
<b>Gazdasági informatika</b>	<b>Bevezetés a számítógépek programozásába</b>		<b>Algoritmikus és adatszerkezetek</b> <b>Web design</b>	<b>Programozási nyelvek és környezetek</b>		<b>Integrált informatikai rendszerek (EAS/ERP)</b> <b>Ügyletek az interneten</b>
<b>Menedzsment</b>	Vállalatmenedzsment	Kis- és középvállalatok menedzsmentje	Összehasonlító menedzsment	<b>Stratégiai menedzsment</b> <b>Projektmenedzsment</b>	<b>Logisztika</b>	
Statisztika és gazdasági előrejelzés	Logika			Gazdasági előrejelzések	Bevezetés az ökonometriába	
<b>Transzverzális készségek</b>	<b>Bevezetés a tudományos kutatás módszertanába</b>				<b>Üzleti kommunikáció*</b>	<b>Üzleti kommunikáció*</b>

\* Angol, francia, német, olasz és spanyol