

Államilag támogatott helyek a Budapesti Metropolitan Egyetem levelező marketing mesterképzésén

Három éve indult a Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) marketing mesterképzése, mely mára a jelenlegi és jövőbeli marketingszakemberek egyik legnagyobb képzőhelye. A szak diákjai körében végzett felmérés alapján a siker három dolognak köszönhető: a gyakorlatias képzésnek és oktatóknak, a levelező tanrendnek és az államilag finanszírozott formának.

A Budapesti Metropolitan Egyetem mindig is ismert volt marketingkommunikációs képzéseiről, hiszen jogelődjén, a Budapesti Kommunikációs Főiskolán húsz éve indult az oktatás – és éppen a kommunikáció, valamint az üzleti kommunikáció szakokkal. Azóta az intézmény folyamatosan bővítette képzési kínálatát üzleti, kommunikációs, turizmus, majd művészeti területeken, és ma már a felsőoktatási szakképzéstől az alapképzésen át a szakirányú továbbképzésig és a mesterképzésig nyújt széles kínálatot.

A mesterszakok közül az egyik legnépszerűbb a marketing, mely indulása óta minden évben több mint ötven hallgatót vonz. A szakvezető, Dr. Papp-Váry Árpád, aki egyben a METU Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Karának dékánja, azt mondja ennek kapcsán: *„Természetesen elvégeztük a házi feladatot, és megkérdeztük a hozzánk járó diákokat, hogy miért a METU-ra esett a választásuk. Elsőként a gyakorlatias tárgyakat és oktatókat emelték ki. Ez nem véletlen, hiszen itt olyan kurzusok érhetők el, melyek más marketing mesterképzéseken többnyire nem.”*

A dékán már sorolja is ezeket: a METU marketing mesterszakának négy féléves képzésén többek között reklámkutatást és kampánytervezést, interkulturális menedzsmentet, keresőmarketinget, stratégiai közösségimédia-marketinget vagy marketingtechnológiákat is hallgathatnak a tanulók. *„Nem beszélve a fakultatív kínálatunkról, ahol olyan tárgyak választhatók, mint a reklámszövegírás és kreatív stratégia, a sportmarketing, az országmárkázás, vagy épp business to woman, a marketing női célpiacra. Ráadásul ezeket a tárgyakat olyanok tartják, akik évtizedeken át dolgoztak a szakmában vagy éppen dolgoznak most is”* – tette hozzá Dr. Papp-Váry Árpád, aki egyben a Magyar Marketing Szövetség alelnöke is, így a szövetség segítségével be tudja mutatni a jó gyakorlatokat, esettanulmányokat az órákon.

Míg nappali tagozaton a képzés elsősorban angol nyelven népszerű, ahol a diákok nemzetközi környezetben, a külföldi hallgatókkal együtt vesznek részt az órákon, illetve dolgoznak közösen a projektfeladatokon, addig a magyar hallgatók elsősorban a levelező képzést keresik. *„Ennek előnye, hogy az órák szombaton vannak, így munka mellett is elvégezhető – és azok az óraadó oktatók is jobban bevonhatók, akik hétközben marketingsként dolgoznak, akár ügyfél-, akár ügynökségi oldalon. Ők olyan témákat, feladatokat is behoznak az oktatásba, amelyek az adott héten kihívást okoztak számukra, és közösen keresik a megoldást a diákokkal”* – emeli ki a dékán.

Végül, de nem utolsósorban a METU mesterképzés vonzerejéhez hozzájárul, hogy mind nappali, mind levelező tagozaton államilag támogatott formában is elérhető, sőt, a döntő többség így is folytatja tanulmányait. *„A hallgatóink jelentős része kereskedelem és marketing alapszakon végzett, de sokan érkeznek egyéb – például gazdálkodási és menedzsment vagy turizmus-vendéglátás – üzleti alapszakról. Ezen kívül a kommunikáció- és médiatudomány alapszakos diploma is jellemző, hiszen a METU marketing mesterképzésén a fő irány az integrált marketingkommunikáció. Mindez természetesen digitális fókusszal, amit már az első, alapozó tárgy neve is jelez: Marketingelmélet és marketingmenedzsment a digitális korban.”* A

dékán hozzáteszi, hogy a fentiekén túl más – például szociológia, pszichológia vagy éppen élelmiszermérnök – szakokról is voltak már jelentkezőik.

És hogy miért pont a METU-ra jelentkeznek? Papp-Váry Árpád ismét a hallgatók körében végzett kutatást idézi: a tudásvágy, az új szakterület megismerése, a magasabb jövedelem és a karrierlétrán való feljebb lépés jelentik a fő motivációt. *„Mi ehhez minden segítséget megadunk az órákon túl is. A hallgatók részt vehetnek különböző szakmai rendezvényeken, ahol kapcsolati hálójukat építhetik. Vagy éppen megteremtjük a lehetőségét annak, hogy marketinggel foglalkozó szaklapokban, weboldakon publikáljanak, ami hozzájárul személyes márkájuk fejlesztéséhez.”* Mint a dékán mondja, talán ennek is köszönhető, hogy a legtöbb marketing mesterszakra jelentkező első helyen jelöli meg a METU-t, sőt, sokan csak ide jelentkeznek.

Miként Papp-Váry Árpád emlékeztet, idén is a szokásos módon, a felvi.hu oldalán lehet jelentkezni – aki államilag finanszírozott képzésben, tandíjmentesen tanulna, annak feltétlenül érdemes odafigyelnie a határidőre, ami február 15., kedd.