

MARKETING TRENDBOOK

Jövőbiztos válaszok az üzleti,
társadalmi és környezeti kihívásokra

2023 | 24



MAGYAR
MARKETING
SZÖVETSÉG

trendbook.marketing.hu

MARKETING TRENDBOOK

Jövőbiztos válaszok az üzleti,
társadalmi és környezeti kihívásokra

2023 | 24

A Marketing Trendbook 2023-24 a Magyar Marketing Szövetség iránymutató,
kétévente megjelenő szakmai kiadványának első megjelenése

Kiadásért felelős személy: Hinora Ferenc, Magyar Marketng Szövetség Elnök

Ötletgazda és projektfelelős: Bánhegyi Zsófia

Főszerkesztő: Román Balázs

Szerkesztőbizottság:

Bujáki Zsolt (Porsche Hungaria), Hinora Ferenc (Magyar Marketing Szövetség),

Kovács András Péter (Telekom), Mérő Ádám (The Coca-Cola Company),

Salem Dániel (The Heineken Company), Szilva Mónika (Tesco Magyarország),

van der Wildt Nikolett (Szentkirályi), Katona Norbert (Magyar Marketing Szövetség)

Szakmai lektor: Katona Norbert (Magyar Marketing Szövetség)

Nyelvi lektor: Dudás Márta

Grafikai tervezés: Dot Creative

Tördelés: Kreschka Ilona és Hegyi Csaba

Projektmenedzser: Nagy Andrea

Felelős kiadó: Magyar Marketng Szövetség

Nyomda: Prime Rate Nyomda, Budapest

Magyar Marketing Szövetség 2023

NMHH nyilvántartási szám: CE/18362-2/2023

ISSN: 3004-054X

DR. PAPP-VÁRY ÁRPÁD,
a Magyar Marketing Szövetség (MMSz) alelnöke,
a Budapesti Gazdasági Egyetem (BGE)
marketing-mesterképzésének vezetője



TANULNI TRENDI, AVAGY MARKETING A LEGMAGASABB FOKON

Miért érdemes bachelor/főiskolai diploma után a mesterképzést is elvégezni?

Gyakran hallani, hogy túlkínálat van marketingesekből, túl sokan végeznek ilyen szakon. De ez ebben a formában fél igazság. Ami igaz, hogy érettségi után rengetegen választják a kereskedelem és marketing-alapképzést. Olyan sokan, hogy 2023-ban ez a második legnépszerűbb szak, közel tízezer jelentkezővel – nemcsak az üzleti képzéseket, hanem az összes szakot tekintve! Ugyanakkor az alapképzés elvégzése után már jóval kevesebben jelentkeznek az ezt követő mesterképzésre, pedig ez jelentené az egyetemi oktatás csúcsát. Talán úgy vannak vele, ennyi a felsőoktatásból épp elég volt, vagy már kizárólag a munkára akarnak koncentrálni, és nincs olyan érv, ami meg tudná győzni őket. Azért hadd tegyek rá egy kísérletet!

Mit akarnak ma tanulni, milyen alapképzésre szeretnének járni az érettségivel rendelkezők? Nos, a 2023-ban jelentkezők száma alapján a következő

tíz szak a legvonzóbb jelenleg: gazdálkodás és menedzsment (14 375), kereskedelem és marketing (9802), pszichológia (7174), ápolás és betegellátás (7153), mérnökinformatikus (6666), jogász (5641), pénzügy és számvitel (5441), kommunikáció- és médiatudomány (5387), nemzetközi gazdálkodás (5146), valamint programtervező informatikus (4918). Ahogy látható, a kereskedelem és marketing szak nemcsak az üzleti szakok, de az összes opció közül az egyik legnépszerűbb program, csak a jóval általánosabb gazdálkodási és menedzsmentképzés előzi meg.

A közel tízezres jelentkezői számhoz képest a kereskedelem és marketing szak folytatását, a marketing-mesterképzést, angolul mastert viszont már jóval kevesebben választják, bár az 1220 jelentkező még így is a negyedik legnépszerűbb mesterképzéssé teszi.

A magyar nyelvű képzést tekintve nappali tagozaton az ELTE marketingképzése, levelező tagozaton a BGE marketingképzése, míg angol nyelvű nappali képzésben a Corvinus vonzza a legtöbb jelentkezőt, de Budapesten kívül sok más városban is lehet marketinget a legmagasabb fokon tanulni: Debrecen, Gödöllő, Győr, Miskolc, Pécs, Szeged vagy éppen Veszprém egyetemei is otthont adnak a marketing-mesterképzésnek.

De miért kellene ezek valamelyikére beiratkozni? Miért érdemes újra az „iskolapadba” ülni és egyetemi környezetben tanulni? Hiszen a marketinget is a szakma gyakorlása közben lehet legjobban elsajátítani. Ráadásul a szakma olyan gyorsan változik, hogy állandó, napi szintű képzésre van szükség, arra viszont az egyetemi oktatás alkalmatlan. Ez csak kettő a gyakran elhangzó, nem kevés kritika közül, amikor a kérdés felmerül. De azért talán mégis érdemes lehet elgondolkodni a mesterképzés elvégzésén. Ehhez a gondolkodáshoz adok az alábbiakban 10+1 támpontot.

1. ALAPKÉPZÉSES DIPLOMÁJA MA MÁR SZINTE MINDENKINEK VAN

Ahogy a világban másutt is, úgy Magyarországon is sokkal nyitottabb lett a felsőoktatás az elmúlt évtizedekben. Sokkal többen jelentkeznek és sokkal többen kerülnek is be, így sokkal többen végzik is el – legalábbis az alapképzést. Ha túlzás is azt állítani, hogy mára a diploma lett az érettségi, de az tény, hogy míg a kilencvenes évek elején csak néhány helyen lehetett üzleti képzésre járni, és ott is csak nagyon korlátozott számú hely volt, addig ma szinte az országban vannak üzleti és marketingképzések, jóval több államilag támogatott hellyel, és akik utóbbira nem kerülnek be, fizetős formában még mindig elkezdhetik a tanulást. Így aztán az elmúlt években rengeteg diplomás jelent meg, és a jövőben még több fog: 2023-tól ugyanis újra nem szükséges emelt szintű érettségi, illetve a 280 pontos minimum ponthatár is megszűnik, valamint a nyelvvizsga sem kötelező már a végzéskor. Egyre többen kapnak majd tehát kezükbe diplomát – és

mint a fenti számokból látható, jelentős részük kereskedem és marketing szakon. Ez esetben viszont egy ennél magasabb szintű képzés, egy mester fokú végzettség megszerzése komoly versenyelőnyt jelenthet, a CV megkülönböztető eleme lehet.

2. A MESTER MAGASABB SZINTŰ VÉGZETTSÉGET AD

A mesterképzés, avagy angolul master, egy szinttel az alapképzés, vagyis a bachelor felett helyezkedik el. Nem összekeverendő tehát a szakirányú továbbképzésekkel. Bár ott is elérhetők remek marketingprogramok, fókuszált tematikával, de ezek az egy, másfél vagy éppen két éves képzések nem adnak magasabb szintű végzettséget, csak egy specializációt jelentenek a meglévő diplomához kapcsolódva. A master viszont valóban master, egy magasabb szint. Egészen 2006-ig, az ún. bolognai rendszer előtt bachelor képzettség a főiskolákon, míg master végzettség az egyetemeken volt elérhető. Előbbi képzések 3-4 évesek voltak, míg utóbbiak 5 évesek. Persze akkor is lehetőség volt a főiskolán végzeteknek két éves plusztanulmányokkal egyetemi végzettséget szerezni. Ezzel sokan éltek is, de még többen nem. Sohasem késő azonban elkezdni.

3. RENDSZEREZI A TUDÁST, KOMPLEX, STRATÉGIAI MEGKÖZELÍTÉST NYÚJT

A mesterképzés egyik előnye ugyanis éppen az, hogy rendszerezi a már meglévő tudást. Egyetemi oktatásról lévén szó, sok esetben elméleti keretrendszereket ad a meglévő gyakorlathoz. A mesterképzésre járók képzés közben gyakran „megvilágosodnak”, hogy „jé, ez ezért van így”. Vagy éppen felkiáltanak, hogy: „végre összeállt a kép!”. Ahogy Theodore Levitt, a Harvard Business School professzora mondta annak idején: „Nincs gyakorlatiasabb egy jó elméletnél.”

4. BEMUTATJA A LEGMODERNEBB GYAKORLATOT IS

Mielőtt azt hinnénk, hogy csak elméleti lehet a mesterképzés, le kell szögezni, hogy a legtöbb egyetemen a gyakorlat is nagy szerepet kap. Ahogy a jó gyakorló marketingesek, úgy a jó marketingoktatók is tudják, hogy képben kell lenniük a legújabb trendekkel, most éppen mondjuk a mesterséges intelligencia alkalmazásával a marketingben. Ezért nemcsak utánanéznék és előadnak, publikálnak a témában, hanem gyakorló szakembereket, vendég-előadókat hívnak az órákra. Sőt, sok esetben teljes kurzusokat is olyan óraadók visznek, akik mellette ügyfél- vagy éppen ügynökségi oldalon dolgoznak. Az is gyakran előfordul, hogy a képzés résztvevői élő marketingfeladatokon dolgoznak, amiket a szervezet képviselője ismertet és aztán a diákok nemcsak az oktatónak, hanem neki is prezentálnak. Jelen cikk szerzőjének marketingkommunikációs kurzusain a tavaszi félévben például adott briefet gluténmentes pékség, vegán fagylalt, online vitamincég, funkcionális ital vagy éppen kutyaemenhely is.

5. SZINTE SZEMÉLYRE SZABOTT KÉPZÉS, ÉRDEKLŐDÉSI KÖRTŐL FÜGGŐEN

Mivel a mesterképzések jóval alacsonyabb létszámmal futnak, mint az alapképzések, itt sokkal több figyelem jut egy-egy diákra a kurzusokon. Ráadásul mivel magasabb szintű a képzés, és a résztvevők is komoly gyakorlati háttérrel érkeznek, az oktatók még a szokásosnál is jobban odateszik magukat, és igyekeznek mindenkinek segíteni, bármilyen speciális dolog iránt is érdeklődik az illető a marketingben belül. Ezenfelül több képzés mintatanterve is úgy épül fel, hogy a kötelező tárgyak mellett széles – kötelezően vagy éppen szabadon választható – kínálat van. A Budapesti Gazdasági Egyetem marketing- mesterképzésén például többek közt választható az E-kereskedelem, a Személyes márkaépítés, a Haladó közösségi média marketing, a Trade és shopper marketing, a Kreatív kommunikációtervezés vagy éppen Nemzetközi piacra lépés marketingje, de akár ezek mindegyike is.

6. BARÁTI ÉS SZAKMAI KAPCSOLATOK, NETWORKING

Egyetemi képzésre nemcsak az ott megszerzett tudás és nem is csak az ottani oktatók miatt érdemes járni, hanem legalább ennyire fontosak a diáktársak is. Az egyetemi évek során sok esetben életre szóló barátságok születnek, amiket segítenek a 3-4-5 fős csoportokban megoldandó feladatok is. A mesterképzés annyiban különleges, hogy ide szinte mindenki munka mellett jár, különösen levelező tagozaton. Amikor az órákon vagy éppen az órákon kívül megosztják egymással szakmai tapasztalataikat a résztvevők, azzal mindenki fejlődik, beleértve az oktatót is. De több esetben a csoporttársak lesznek elsőként megkérdezve akkor is, ha az adott diák munkahelyén megüresedik egy hely, vagy éppen ő maga keres munkát, karrier- vagy előrelépési lehetőséget.

7. SZOMBATI NAPOKON IS VÉGEZHETŐ

A mesterképzéstől sokakat az ijeszt el, hogy nem akarnak még 2 évre az „iskolapadba” beülni, inkább dolgoznának helyette. A levelező képzés erre ad megoldást, mert ilyenkor az órák hétvégenként vannak, többnyire csak szombaton, időnként pénteken. Sőt, a Covid-19 óta a kurzusok egy része online is lehet, így a képzés bármelyik másik magyar városból vagy akár külföldről is végezhető. Persze az időbefektetés még mindig ott van, hiszen kinek van kedve egy-egy fárasztó munkahét után még tanulni? A tapasztalatok azonban azt mutatják, hogy akik belekezdnek, nem bánják meg.

8. A TANULÁS A LEGJOBB BEFEKTETÉS

Már csak azért sem bánják meg, mert a statisztikák szerint általában a jövedelmük is magasabb lesz egy mesterdiplomával, mint egy alapképzéses diplomával. Komplexebb, stratégiaibb feladatokat bízunk rájuk, hamarabb előreléphetnek a ranglétrán, vagy kerülhetnek vezetői pozícióba. Persze a képzésnek díja van: az önköltséges, tandíjas formában tanulók számára ez szemeszterenként jelenleg 350 000-400 000 Ft. De a legtöbben államilag finanszírozott képzésben tanulnak, levelező tagozaton is – hiszen akinek bachelor vagy főiskolai végzettsége van, azok esetében még lehetnek további, államilag támogatott félévek.

9. KÉT ÉV HELYETT AKÁR EGY ÉV ALATT IS ELVÉGEZHETŐ

Az egyik legnagyobb kritika, ami általában az üzleti mesterképzéseket éri, hogy túl sok a plusz 2 év, különösen, ha ennek még a tandíját is ki kell fizetni, ami összesen már 1,5 millió forint is lehet. 2022 óta azonban néhány üzleti képzés, így a marketing esetében is lehetséges akár egy év alatt végezni, nemcsak a korábbi tanulmányok, de akár a munkatapasztalatok beszámításával is. Ez nagymértékben fellendítette a képzés népszerűségét, hiszen a marketingszakmában dolgozók számára kiváló lehetőség, hogy egy év alatt végzettséget szerezzenek – ami, mint láttuk, magasabb szintű, mint mondjuk egy szakirányú továbbképzés.

10. SOKFÉLE SZAKRÓL LEHET RÁ JELENTKEZNI

Az sem kell, hogy elrettentsen, hogy ha valakinek nem kereskedelem és marketing szakos diplomája van, hiszen bármilyen üzleti alapszakos diploma jó bemenet lehet, ahogy a kommunikáció- és médiatudomány alapszak, vagy a műszaki menedzser szak is az. De igazából bármilyen alapszakos/főiskolai végzettséggel lehet jelentkezni, ha az illető tanult üzleti és marketing tárgyakat is, különösen, ha emellett megfelelő munkatapasztalata van. Még az sem számít, mikor végzett, hiszen a levelező képzés esetében simán vannak harmincas-negyvenes éveikben járó jelentkezők – és sok esetben ők a legszorgalmasabbak is.

+1. TANULNI TRENDI

Valljuk be, sokszor irigykedve nézzük a közösségi-média-oldalokon, ha valaki arról posztol, hogy éppen milyen végzettséget szerzett. Lehet ez online oklevél a Couserától, certifikáció a Google-től, fotó egy vállalati képzésről, vagy éppen arról, hogy valaki önszorgalomból kezdett el valamilyen tanfolyamot. Érkeznek is rendesen ilyenkor a lájkok és gratulációk. De talán ennél is nagyobb dolog, amikor valaki az elkészült szakdolgozatának címlapját posztolja – igen, a mesterképzésnek is része a szakdolgozat, de ilyenkor az ember már olyanról ír, ami tényleg érdekli, amivel nap mint nap foglalkozik. Vagy még ennél is menőbb lehet a diplomaosztó, ahol talárban, a sapkát a magasba hajítva történik az ünneplés. Hajrá az olvasónak is, fel a marketing legmagasabb szintjére!

