

## **Szakedolgozat készítési tanácsok** **a kereskedelem –marketing BA értékesítés szakirányosoknak**

### **8 tipp a jó szakdolgozathoz<sup>1</sup>:**

1. Nem minden szakdolgozati téma jó, ami fénylik!
2. Mi legyen a szakdolgozatod célja? Mik azok a hipotézisek?
3. Hogyan kezdj a szakdolgozatíráshoz?
4. Honnan szerezz irodalmat? Hogy kutass?
5. A 3 hiba, amit mindenki elkövet
6. Hogy építsd fel a szakdolgozatod?
7. Mivel szerezheted meg a bírálók jóindulatát?
8. A cél: az út lerövidítése

### **1. Nem minden szakdolgozati téma jó, ami fénylik!**

Nem találok irodalmat a szakdolgozatomhoz!  
Nem segít a cég anyagokkal, pedig róluk írok!  
Nincs semmi magyarul a szakdolgozati témámról!  
Írtam egy csomó cégnek, de nem kaptam választ!  
Nem is hinnéd, hányan ütköznek ilyen és ehhez hasonló akadályokba.

A jó szakdolgozati téma egyik legfontosabb ismertetőjele, hogy van hozzá irodalom!  
Még mindig sokan találomra választanak a témalistából, ami kész (szakdolgozati) öngyilkosság. Nagyon fontos, hogy ha cégről írsz, akkor előre ellenőrizd le, hogy biztosan segíteni fognak, és erre van egy kijelölt ember is, akivel már beszéltél, és akit személyesen ismersz, és hogy a megfelelő adatokat egyáltalán a rendelkezésedre bocsáthatják-e.  
Túl sokszor fordul elő, hogy egy cég elméletben felvállalja a segítségnyújtást, aztán később cserbenhagyja a dolgozatírót.  
Fontos a témaválasztásnál az is, hogy lehetőleg ne legyen szükséged olyan adatokra, hogy az albán határon június hónapban hány német autó haladt át. Kizárt, hogy megszerzed.  
Túlzottan "új" témáról biztosan csak idegen nyelven találsz irodalmat (pl. virtuális HR) és ugyanez jellemző a "rétegtémákra" - vagyis a kevésbé közkezdvelt ("mainstream") témákra.

Sokan nem ismerik a különbséget a szakdolgozati téma és a cím között.

A téma csak egy általános megközelítés, amit a címmel neked konkretizálnod kell.

---

<sup>1</sup> a <http://szakdolgozatiras.hu> c. honlap alapján

Például, ha a téma célpiaci marketing, akkor neked le kell szűkítened, illetve konkrétá kell tenned mondjuk így: célpiaci versus tömegmarketing, vagy célpiaci marketing a magyar piacon esettanulmányokon keresztül, esetleg célpiaci marketing a Cég kft-nél.

Minden szakmának megvannak a saját "divatos" témái, mint pl. a menedzsmentben az üzleti etika és annak új dimenziói, mint pl. az etikai audit, vagy a felnőttképzésben a life-long learning koncepciója vagy a digitális pedagógia és eszközzrendszere.

Nem kell mást tenned, csak saját szakterületedre, mint kulcsszóra rákeresni és átfutni azokat az újságcikkeket, amelyekre rálelsz.

Néhány hangzatos cím vagy témaajánlat:

- A társadalmi felelősségvállalás szerepének növekedése a vállalatok gazdálkodásában, az etika és profit összefüggései
- A globalizáció hatása a vezetői munkára, szerepekre
- Az üzleti etika előretörése a magyar gazdaságban a nemzetközi trendek tükrében
- Az emberi erőforrás, mint termelési tényező, a HR súlya, szerepe és kiteljesedése a magyar vállalatok gazdálkodásában
- Az emberi erőforrás menedzsment jövője, a virtuális HR, a totális kiszervezés, co-sourcing és társaik
- A magyar munkaerőpiac kulturális jellemzői, kulturális örökségünk a modern menedzsment technikák útjában
- Az állami szféra visszasságai, modernizációja, létszámcsökkentés vagy hatékonyságnövelés
- A fogyasztók megközelítése a globális gazdaságban, a célpiaci marketing hazai és nemzetközi esettanulmányokon keresztül
- A logisztika fejlődése és a magyarországi vállalatgazdálkodásban betöltött szerepe a nemzetközi tendenciák tükrében
- A vevőkiszolgálás a logisztikában, a költségtakarékosság és a magasabb szolgáltatási színvonal ellentéte
- Az outsourcing, a tevékenység-kihelyezés helyes megközelítése és buktatói vállalati esettanulmányokon keresztül
- A reklámetika kialakulása és fejlődése, nemzetközi trendek versus magyarországi helyzet
- A reklám jövője, a nemzetközi tendenciák és technikák begyűrűzése a magyar reklámpiacra
- Az online marketing fejlődése és dinamizmusa, a magyarországi tendenciákkal összefüggésben
- Az e-kereskedelem és az e-gazdaság kialakulása, helyzete és jövője Magyarországon
- A szervezetek közötti és szervezetben belüli konfliktuskezelés módszerei, mediáció versus jogorvoslat
- A magyar munkaerőpiac fejlődése a rendszerváltástól napjainkig, a jelen társadalmi és gazdasági tendenciái és ezek kihatása a jövőre
- A munkanélküliek "elit" rétege: a diplomás munkanélküliek Magyarországon, okok és háttér
- A munkaügyi szervezet hatékonyságának elemzése, javaslatok annak fejlesztésére

## **2. Mi legyen a szakdolgozatod célja? Mik azok a hipotézisek?**

A szakdolgozatod témája nem a dolgozat célja. A dolgozatod célkitűzésénél nagyon-nagyon óvatosnak kell lenned, mert ha a cél nem teljesül, a dolgozat lehet bármilyen szép és kerek, az értéke alacsony.

Mi a hipotézis?

Ez egy előzetes feltevés, amely a kutatásaid középpontja, és a dolgozat megírása során azért kutatsz, hogy kiderüljön, az a hipotézis igaz, vagy nem igaz.

A hipotézis nem kérdés! A hipotézis egy állítás.

Hipotéziseket mindenképpen előzetes kutatás alapján érdemes felállítanod! Ha nem vagy legalább minimálisan otthon egy témában, ne várd el magadtól, hogy képes leszel hipotéziseket felállítani!

Nézzük meg, mi lehet a dolgozatod célja pár fenti címre alapozva!

Az 1-es címre vonatkoztatva: bemutatni, hogy a társadalmi szerepvállalás hogyan függ össze a cég méretével vagy nyereségességével.

Hipotézis: minél sikeresebb egy cég, vagyis minél nyereségesebben működik, és minél nagyobb mértékben növekszik és fejlődik, annál jelentősebb a társadalmi szerepvállalása

VAGY: A társadalmi szerepvállalás léte vagy nem léte nem függ össze egy cég méretével.

Az 5-ös címre vonatkoztatva: bemutatni a HR szakma jövőjét, és mindazokat az új technikákat, amelyek trendeket vetíthetnek előre, illetve ezzel összefüggésben feltérképezni a trendeket.

Hipotézis: a HR paradigmaváltáson megy keresztül

VAGY: a HR a 21. században soha nem látott kihívásokkal szembesül;

a HR fejlődése paradox: finanszírozottságában kezdi elveszíteni súlyát a gazdálkodáson belül, de fontossága nagyobb, mint valaha.

Érted már, hogy miért nem tudsz hipotéziseket felállítani a téma ismerete nélkül?

### 3. Hogyan kezdj a szakdolgozatíráshoz?

Vázlattal! A vázlat megírását a konzulensed nem véletlenül kéri! Ha a vázlatod megvan, félúton vagy a kész szakdolgozat felé. Ha van egy ütős vázlatod, onnan a szakdolgozat megírása szolgamunka és kevés kihívást rejt: csak a hátsó feled kell hozzá.

A személyes konzultációs szolgáltatásra sokan jönnek kész vázlatokkal, és azzal, hogy továbbra sem tudják, hogyan kezdjék el a dolgot.

Ez az ismertetőjele annak, hogy a vázlatod nem jó!

A vázlat összeállítása egyáltalán nem könnyű, ha az első szakdolgozatod írod.

Miből áll egy jó vázlat? A következő fejezetei vannak:

(1) a vázlat bevezetése, avagy a dolgozat célja, és a témaválasztás személyes indíttatása, hipotézisek, kutatási módszerek rövid összegzése - ez majd a tényleges szakdolgozati bevezető része lesz kicsit kibővítve, tehát igen hasznos, ha megírod. Néhány iskolában külön vázlati fejezetbe kérik a hipotéziseket, de ha nem, ide érdemes beletenni.

(2) Várható tartalomjegyzék, ugyanolyan rendszerben, ahogy azt a dolgozatban fel fogod tüntetni, tehát 1, 1.1, 1.1.1 rendszerben.

(3) Várható irodalomjegyzék, tehát mindazok az irodalmak, amikből dolgozni fogsz. Itt irodalmak alatt könyveket, folyóiratokat, internetes forrásokat, illetve adatbázisokat értek - erről még szó lesz a következő pontunkban.

Példa témavázlatra:

*Témavázlat*

*GPS eszközök online marketingje*

*Készítette:*

*Iskola pontos neve*

*év*

*1. Bevezetés, témaválasztás indoklása*

*A GPS (=Global Positioning System, műholdas helymeghatározás) nem katonai története csupán néhány évre nyúlik vissza, amióta az Egyesült Államokban kódmentesített műholdak elérhetőek a polgári felhasználók számára. Szakdolgozatom témája a GPS eszközök marketingje. A dolgozat két fő részből áll: a szakirodalmi áttekintésből, amely a marketing szakterületének a dolgozat gyakorlati részével összefüggő elemeit összegzi,*

illetve az általam végzett elemző munkából, melyet javaslatok egészítenek ki a marketing tevékenység hatékonyságának növelésére.

A dolgozat első, elméleti részében nem célom a marketing, mint fogalom meghatározása és az alapfogalmak ismertetése, ezek bármely marketing kézikönyvben fellelhetők. Sokkal inkább azokra a specifikus eszközökre és technikákra térnék ki, amelyek a GPS eszközök elterjesztésében sikeresek lehetnek. (Példának okáért az online marketing lehetőségeinek vizsgálatát ma már egyetlen komoly marketingterv vagy elemzés sem nélkülözi.)

Témaválasztásom fő indoka, hogy GPS eszközök értékesítésében több éves tapasztalatra tettem szert munkám során. Ezeket az ismereteket szeretném szakdolgozatomban összegezni felhasználva a főiskolán tanultakat és a későbbiekben részletezett szakirodalmat. Elsősorban cégemnél, a Codix Kft-nél szerzett információim a döntőek, de a konkurens és partner cégek adatait is felhasználom forrásként (ld. 2-es pont).

A GPS marketingjén belül is elsősorban a termék alternatív értékesítési lehetőségeit vizsgálom, a piaccal való megismertetését. Véleményem szerint a GPS technika fejlődésével a közeli jövőben bármely turista zsebében ott lapulhat a műholdas helymeghatározó eszköz, amely segít neki városnézéskor, a hotelbe való visszatalálásban, stb. Ahogy pedig megjelenik a Kelet-Európára írt navigációs térképszoftver, a termékben hirtelen még nagyobb lehetőségek lesznek (ez viszont bármely pillanatban kijöhet). A GPS eszközök széles felhasználói köre tehát gyakorlatilag mindenkit potenciális fogyasztóvá tesz, aki rendelkezik gépkocsival, vagy túrát tervez egy idegen városba. Kérdés, hogy mennyire van tisztában egy hétköznapi ember a GPS mibenlétével, és hogyan érhető el az, hogy a GPS eszközök használati módjait az átlagemberrel megismertessük.

## 2. Kutatási előzmények, a már elvégzett munka

Mivel a GPS eszközök és maga az online marketing is viszonylag fiatal szakterületek, a dolgozat a felsorolt irodalmon kívül számos online forrásra támaszkodik. Ezek közül a két legfontosabbat említettem meg itt. A marketingkommando.hu weboldalon az online marketingre és a marketing új, kreatív módszereire jónéhány rendkívül hasznos példa és tanács található, az ő meglehetősen informatív jellegű hírleveleikből sok ismeretet szereztem és szándékozok hozzátenni a szakdolgozathoz. A www.keresomarketing.fpm.hu weboldalon a weboldalak optimalizálására található számos hasznos tanács. A weboldalak optimalizálása az online marketing egy új területe, Magyarországon alig néhány tanácsadó cég foglalkozik vele. A tevékenység lényege, hogy amennyiben a keresőprogramokban a 10. hely után kerül egy konkrét kulcsszóra való keresésénél a weboldalunk, kicsi az esély, hogy bárki ránéz. Ezért az optimalizálás egy olyan kreativitást és szaktudást igénylő feladat, amely napi munkát igényel és találatokat, vagyis közvetetten értékesítést eredményez.

A dolgozat gyakorlati része egyrészt szekunder kutatásra épül, amely a vonatkozó szakirodalomból, Internetes forrásokból és elérhető céges dokumentációkból származik, másfelől viszont primer kutatás része is van: interjút készítettem a piacon lévő cégek közül két szervezet marketing vezetőjével. A szerzett információkat kérésükre név nélkül fogom tudni felhasználni.

## 3. Az önálló elemzés

A szakdolgozat elméleti részére, a szakirodalmi áttekintésre támaszkodva szeretnék javaslatokat tenni a GPS eszközök marketingjének fejlesztésére. Ezt az online marketing oldaláról szeretném megközelíteni, egyrészt a piacon lévő cégek online marketing tevékenységének áttekintésével és kritikai elemzésével, másfelől saját cégem online marketingjének fejlesztésével és a javításra tett javaslataimmal.

A piacon lévő cégek a következők:

- Codix Kft. (1991-ben alapult 100% magyar tulajdonban lévő cég. A forgalmazott GPS eszközöket importálja, közvetlen gyári forrással rendelkezik. Viszonteladói hálózat kiépítésével igyekszik az országban mindenhol elérhetővé tenni a termékeit és kiskereskedelmi értékesítést is végez.)
- Worldgate Kft. (2001-ben alakult 100% magyar tulajdonban van. Kézi GPS eszközöket, műholdas telefonokat és tartozékait forgalmazza, Debrecenben van egy bemutató üzletük, gyakran vesznek részt kiállításokon.)
- Navi-Gate Kft. (Egy nemzetközi háttérrel rendelkező termék, a Destinator szoftver hazai forgalmazója. Ezen kívül kábeles GPS és a Garmin kézi GPS-es hazai importőre.)
- Guards Rt. (A legnagyobb személyzettel rendelkező forgalmazó, az egyetlen, aki Rt. Formában működik. Magellán kézi GPS-ek és műholdas telefonok forgalmazója.)

- *GPS Bolt Kft. (2003 végén vált ki a Kertis Kft-ből, 100% magyar tulajdonban van. Viszonteladók vannak a következő import termékekből: Hicom termékek, GPS modul, kiegészítő eszközök. Mindegyik fajta GPS-t forgalmaznak. Győrben létezik egy üzletük teljes termékínáttal.)*

*A felsorolt cégeknek áttekintem az online marketing tevékenységét és egy általam felállított szempontrendszer szerint értékelem azt. Megnézem, ki milyen szinten szolgálja ki a potenciális ügyfeleket információval az értékesítés előtt és után, milyen fokú az interaktivitás a kiszolgálásban, illetve milyen arányú a hozzáadott szolgáltatás az értékesítéskor. Ezeknek és egy sor másik szempontnak megfelelően megkísérlem besorolni a cégeket különböző marketing kategóriákba (pl. követő, kihívó, meghúzó stb.)*

*Konkrét javaslatokat szeretnék tenni a dolgozatban saját cégem online marketingjének fejlesztésére, amelyet a weboldalunk látogatottságának/forgalmának, és a találatok számának növelésében, illetve tartalmi fejlesztésében látom.*

#### 4. Felhasználásra kerülő irodalom

1. Philip Kotler: *Marketing management*, Műszaki Könyvkiadó, 1991.
2. Philip Kotler: *Marketing lépések*, Parki Kiadó, Budapest, 2003
3. Philip Kotler: *A marketingről*, Park Kiadó, Budapest, 2000
4. Daniel S. Janal: *Online marketing kézikönyv*, Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest, 1998
5. Vágási Mária: *Újtermék-marketing*, Nemzeti tankönyvkiadó, Budapest, 2001
6. Bauer-Berács: *Marketing*, Aula Kiadó, Budapest, 1998
7. Egyes gazdasági szaklapokban megjelent cikkek, pl. Figyelő ([www.fn.hu](http://www.fn.hu)), Piac és profit ([www.piac-profit.hu](http://www.piac-profit.hu)), HVG és Marketing menedzsment.

#### 5. Várható vázlat

##### Bevezetés

##### 1. Marketing szakirodalmi áttekintés

###### 1.1 Marketing stratégiák piaci helyzet és életgörbe szerint

###### 1.2 Versenyanalízis

##### 1.3 A marketingkommunikáció új irányzatai, csatornái

##### 1.4 Az online-marketing eszközrendszere

##### 2. A GPS piac áttekintése különös tekintettel a Codix Kft. helyzetére a piacon.

###### 2.1 A műholdas navigáció eszközrendszere

###### 2.1.1 A technológia rövid bemutatása

###### 2.1.2 Termékfajták és pozíciójuk a piacon

###### 2.2. A Magyarországi piaci szereplők elemző bemutatása

###### 2.2.1 A piacon jelenlévő cégek bemutatása

###### 2.2.2 Az egyes cégek online marketing tevékenységének elemzése

###### 2.2.3 A Codix kft. helyzete a piacon

##### 3. Javaslatok, stratégiai és akcióterv kialakítása a GPS eszközök elterjesztésére

##### Összefoglalás

##### Mellékletek

#### 4. Honnan szerezz irodalmat? Hogy kutass?

A kutatás minden szakdoli alapja. Alapvetően két fajtája van: primer és szekunder.

A primer kutatás ritkán követelmény: ez kérdőíveket, mélyinterjút tartalmaz, illetve szakemberek telefonos/emailes megkérdezését jelenti.

A szekunder kutatás pedig a mások által összegyűjtött adatokban kutakodás: erre lesz leginkább szükséged.

Milyen forrásokat használj?

Először is, mit ne használj!

Semmiképp ne használj fel más szakdolgozatokat, mert 1% alatt van az évi 80-100 ezer leadott szakdolgozat között a forrásértékű! Tudom, sokkoló, de valóban így van, tehát szépen kérlek, semmiképp se használj fel mástól kapott szakdolgozatokat!

Ne használj tankönyveket, vagy jegyzeteket, mert ezek legtöbbször elavultak, régiek, és ráadásul nincsenek benne források feltüntetve, tehát akaratlanul is a plágium bűnébe esel. (Ugyanez érvényes országos szinten a szakdolgozatok 75-80%-ára is!)

Ok, de akkor mit is használj?

Először is: készülj fel arra, hogy egy fél napot el kell töltened a számodra elérhető legnagyobb könyvtárban.

Budapestieknek a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtárat javaslom, vidékiek számára a Megyei könyvtárakat, még ha ez utóbbi utazással is jár.

(ME-n az Könyvtár mellett a Miskolci Egyetemi Publikációs Adatbázist ajánlom a MIM-es oktatókra keresve , pl.: Dankó neten elérhető munkáira keresve évre, vagy típusra rendezve: <http://publikacio.uni-miskolc.hu/user/list.phtml?szerzobetu=D>)

A könyvtárosok nem a könyvek, hanem az emberek miatt vannak a könyvtárban, és tapasztalataim szerint, ezt ők is tudják. Ha kedvesen kérsz tőlük segítséget, mindent megtesznek, hogy segítsenek. De ne várd el, hogy a munkát elvégezzék helyetted! A könyvtárban első lépésben nézd meg az elektronikus katalógusban, hogy a szakdolgozatod témájához kötődő kulcsszavakra milyen könyveket találsz! Ezekbe ott helyben nézz bele, és ha kicsit is használható, vidd haza!

Itt sokan megállnak, ez azonban csak az első, ráadásul a legkevesebbet érő lépcső. Ezután látogass el az olvasóterembe, ahol a szakdolgozati témádba vágó szakmai folyóiratokat kell átnézned. Attól függően, hogy mennyi értékes cikket találsz, 3-6 évfolyamot is át kell nézned.

Azokat a cikkeket, amelyek jók lehetnek a szakdolgozatodhoz, másold ki! Ne felejtse el feltüntetni a forrásokat (ha nincsen az újság fejlécében vagy láblécében), mert nagyon kényelmetlen, amikor otthon jössz rá, hogy nem tudod, honnan van a forrás.

Vannak speciális könyvtárak is, érdemes utánanézned! Üzleti témákra a Corvinus könyvtára nagyságrendekkel jobb, mint a Szabó Ervin, és van országos mezőgazdasági és logisztikai gyűjtemény is.

Ha beszélsz idegen nyelvet (amit nagyon remélek, mert ha nem, az szakmai öngyilkosság a részedről), akkor érdemes felmenni a Szabó Ervin könyvtárban a negyedik emeletre, és belenézni pl. az EBSCO, illetve más adatbázisokba.

A világ vezető szakmai lapjait teljesen ingyen elérheted innen, és szenzációs anyagokat találsz! Itt vagy cd-re írhatod, vagy kinyomtathatod, vagy esetleg e-mailben elküldheted magadnak. Ha ez utóbbit választod, akkor nagyon figyelj arra, hogy egy-egy pdf mérete 1-4 mega is lehet, és ne tömítsd el ezekkel a postaládád! Maximálisan 50 cikket enged a rendszer, és nem használhatsz pen drive-ot.

A kutatás befejező lépcsője már otthon zajlik, már ha van otthon internet elérésed. Remélhetőleg van egy ADSL kéznél, ha pedig nincs, itt az ideje, hogy legyen! Pár ezer Ft egy hónapban, és a szakmai túlélésedhez nélkülözhetetlen, hogy kebelbaráti viszonyban légy az internettel! Ez pedig csak akkor valósul meg, ha otthon kéznél van.

Keress rá a szakdolgozati témáddal kapcsolatos alapvető kulcsszavakra, és nézegesd végig a találatokat! Nyomtasd ki ezeket, de nagyon ügyelj arra, hogy a hajszálpontos link ott legyen, mert különben plusz munkát szerzel magadnak azzal, hogy utána kell visszakeresgetni.

Vigyázat! Csak akadémikus, illetve megbízható forrásokat használj!

A Wikipédia például nem számít annak, bár ez külföldi szakmai körökben élénken vitatott.

Ahogy írtuk, a szakdolgozatod tartalmazhat primer kutatást is, vagyis első kézből szerzett adatokat, amire van egy szenzációs anyagunk a mini kérdőívünket kitöltők számára.

Ezt mindenképpen töltsd le!

Jelképes áron hozzájuthatsz minta primer kutatásokhoz is, amelyek kitűnő értékelést kaptak.

Kutatás szempontjából a következő helyeket nagyon szeretjük:

[www.fn.hu](http://www.fn.hu) a Figyelő című gazdasági hetilap archívuma, pár cikkhez előfizetői jelszó kell

[www.piac-profit.hu](http://www.piac-profit.hu) a legjobb, nem kell jelszó, hosszabb, elemző jellegű írományok

[www.hvg.hu](http://www.hvg.hu) regisztráció szükséges, de fizetni nem kell.

### **5. A 3 hiba, amit mindenki elkövet**

Aki nem volt olyan szerencsés, hogy az iskolában a házi dolgozatok írása közben a tanárok megkövetelték a pontos hivatkozásokat, az most bajban van! A házi dolgozatok készítésekor sokszor a szövegben egyáltalán nem hivatkoznak a hallgatók, csak a végére biggyesztenek egy irodalomjegyzéket. Ezzel az a gond, hogy a szakdolgozatban, az irodalomjegyzékben csak az szerepelhet, amire a szövegben hivatkoztál! Más nem! Egy külön "Jegyzetek" címszó alatt esetleg szerepelhetnek olyan források, amire nem hivatkoztál, de ez nem számít bele.

Hajszálpontos hivatkozásokra van szükség, és a szövegközben!

Nézzük, hogyan!

Szintén tipikus hiba, szinte mindenki elköveti: megír egy fejezetet, és a fejezet végére odabiggyeszt egy forrást. Mi a baj ezzel? Az, hogy ezt egy ötödikes általános iskolás is meg tudja csinálni. Ehhez aztán nem kell felsőoktatás!

Neked különböző forrásokat kell összevetned és értékelned! Hogyan?

A legegyszerűbb, és univerzálisan, minden szakdolgozatnál felhasználható tipp: keress több definíciót ugyanarra a dologra! Aztán nézd meg, hogy a definíciókban mik a közös pontok, mik a főbb különbségek, melyik szélesebb, melyik konkrétabb, melyik készült nyilvánvalóan a gyakorlat vagy elmélet szemszögéből. Ez már a saját értékelésed lesz! Akár össze is állíthatsz egy saját definíciót ugyanarra a dologra a többiek felhasználásával!

Ez a szakdolgozat bármely fejezetében alkalmazható. Végy több irodalmat, és nézd meg, hogy ugyanarról írva mik az eltérések és közös pontok! Még érdekes is lesz!

Konzultáció során találkoztam valakivel, aki konfliktuskezelésről írt szakdolit. Az első konzultáción elkészítettük együtt a vázlatot, a másodikon pedig átnéztem, amit eddig írt. Kétségbeesve jött hozzám: a konfliktuskezelésnél annyi különböző szempont szerinti kezelést talált, és most akkor melyiket tegye a szakdolgozatba?

Nos: mindegyiket! Sőt, jegyezd meg, hogy milyen érdekes, hogy ahány szerző, annyi osztályozási mód, és akár következtetéseket is levonhatsz a közös és különböző pontok alapján!

Ez az, amit egy ötödikes általános iskolás nem tud megtenni. Ehhez már kell a felsőoktatás, vagyis megfelel a végzősökhöz szemben támasztott követelményeknek.

A harmadik hiba, amit mindenki elkövet, a legsúlyosabb: szó szerint kiírjátok a könyvből a gondolatokat. Lehet szó szerint idézni! Ennek azonban célja kell legyen, és ha nincs, akkor az jelentősen csökkenti a dolgozatod értékét!

A szó szerinti idézésnek három célja lehet: vagy nagyon jó, vagy nagyon rossz valami, vagy definícióról van szó.

Az utolsó érthető gondolom, a definíciókat nincs értelme nem szó szerint idézni. Ha valami nagyon jó, az körülbelül azt jelenti, hogy a világtörténelem folyamán még nem élt szerző, aki ennél jobban, szebben, kerekebben megfogalmazta volna a mondanivalóját. (Pl. párja nincs annak, ahogy Stiglitz, volt IMF vezér írt a globalizációról az afrikai gazdaság példájával.)

Ha valami nagyon rossz, az a te esetedben csak azt jelentheti, hogy a szerző szóhasználatával vitatkoznál (vagy más szerzőnek ellentmond). Ilyenkor természetes, hogy meg kell mutatni, hogy melyik az a rész, amivel vitáznál. Mindez azonban természetesen nem vonatkozik műelemzésekre, hiszen ott a szó szerinti idézés létfeltétel.

Mit tegyél, ha nem szó szerint idézel? Ez az ún. parafrázis. Vigyázat! Nem ér, ha az összes "és" kötőszót kicseréled arra, hogy "illetve", vagy megcseréled a két mondatrészt! A parafrázisnak is vannak szabályai. Nagyon egyszerűek ezek a szabályok: vagy húzod-nyújtod, mint a rétestésztát, vagy zanzásítod, vagyis összenyomod. Egy fél oldalt leírhatasz vagy egy egész oldalban, vagy egyetlen rövid bekezdésben - ez biztosítja ugyanis egyedül, hogy nem ugyanazokat a kifejezéseket, mondatszerkezetet használod. A parafrázis szabályaira tekints úgy, mint egy mankóra, ami segít neked, és ne úgy, mint egy tiltásra, ami akadályoz.

Hogyan hivatkozz? Ha egy ábrát vagy egy pontos idézetet veszel ki egy könyvből, tüntesd fel az oldalszámot is, ha csak a gondolatot használod fel, akkor általában három követelményrendszer van, amiből manapság kettőt használnak:

a lábjegyzetes módszer, vagy az ún.

szerző-évszám (hivatalosan: Harvard) módszer.

(A szögletes zárójeles, sorszámossal [1] módszer azért van kihalóban, mert manuális szerkesztést igényel: ha beszúrsz valamit, kézzel kell az egészet újra átsorszámoznod. A szerző-évszám módszernél: (Kotler, 2000) formátumban hivatkozol rá a szövegben, vagy a lábjegyzetbe beírod a forrás összes adatát, amit az irodalomjegyzékben ABC sorrendben megismételsz. A BGF használja egyedül a Harvard módszer egy torzított változatát, itt szögletes zárójelet kérnek a kerek helyett valamiért. Amit azonban az iskola kér, neked kutya kötelességet betartani!

Az irodalomjegyzékben szerző szerint ABC sorrendbe kell tenni a műveket.

Tehát a szabvány az, hogy a szó szerinti idézésnél oldalszámot is fel kell tüntetni, míg tartalmi idézésnél elvileg elég a pontos forrás. Sajnos sok konzulens nem ismeri ezt a szabályt, így kérhetnek mást is. Neked pedig azt kell nyújtani, amit kérnek.

**Az értékesítés szakirányosoktól azt kérem, hogy szakdolgozat végi bibliográfia mellett a szöveg oldalain lábjegyzetben hivatkozzanak (beszúrás – hivatkozás – lábjegyzet), ábrákat, táblázatokat pedig a címük alatt kisebb betűmérettel, forrás: jelöléssel, oldalszámmal is!)**

A hivatkozás módja különbözik könyvnél, újságnál/folyóiratnál, Internetes forrásnál, nézzük meg, hogyan:

Könyveknél:

Dolgozat szövege (Kotter, 1999, p32) > Irodalomjegyzékben: ABC sorrendben, K betűnél: Kotter, J. (1999): Változások irányítása, Kossuth Kiadó, Budapest

VAGY

Dolgozat szövegébe automatikus lábjegyzet (Beszúrás menüpont - Hivatkozás - Lábjegyzet), majd feltüntetni a pontos forrást: Kotter, J. (1999): Változások irányítása, Kossuth Kiadó, Budapest, 1999, p32

Folyóiratoknál:

Szörényi Ágnes (2003): Tévképzettek, Munkanélküliek friss diplomával, In Figyelő, 2003. október 23., p57 (vagy ahogy a folyóirat címlapján szerepel a dátum megjelölés, pl. Munkaügyi Szemlénél: XV. évfolyam, 2. szám, p121)

Internetről letöltött cikk:

szerző (évszám): a cikk címe, pontos link, Letöltés időpontja: dátum

A hivatkozásoknál lévő p23 helyett alkalmazható a p. 23, 23p, 23. oldal is. (A p=pagina, latin, de erre tuti rájöttetek már.)

A szakdolgozatnál is látszik, hogy vannak erős iskolák és kevésbé jók: az erős iskolákban (hadd ne nevesítsünk) gondosan és komolyan be kell tartanod a formai követelményeket.

Ne felejtsd: "szakmai közönségnek" írsz, a formai követelmények betartásával a tiszteleted mutatod feléjük.

## **6. Hogy építsd fel a szakdolgozatod?**

A legtöbb iskolában elfogadják, ha a dolgozat fele "elmélet", vagyis egy szakirodalmi áttekintés, a másik fele pedig a gyakorlati rész, amit viszont általában egy konkrét esetre, cégre, piacra kell szabni.

Nézd meg az első pontban a címeket, mindig kell, hogy legyen benne valami konkrétum: Magyarországon, magyar vállalatok, magyarországi tendenciák - vagy, még jobb, szabd ezt egy általad választott cégre.

Milyen céget válassz? Fontos kritérium, hogy legyen ott ismerősöd és hozzáférhess céges dokumentációkhoz. Általános szabály: minél nagyobb egy cég, annál kevésbé segítőkész szakdolgozat ügyben.

Szinte senki nem tudja, hogy elfogadnak fiktív céget is. Igazság szerint a konzulensednek nem is fontos tudnia, hogy a cég fiktív. Egyszerűen ne említsd a nevét (amit természetesen a cégvezető kérésére teszel.:))

A gyakorlati rész funkciója: megmutatja, hogy milyen szinten alkalmazod az elméletet, milyen szinten épült be az elméleti tudás az általad birtokolt ismeretanyagba. Ezt keresik a bírálók, ez a szakdoli írás célja!

Ennek megfelelően nem jó, ha a gyakorlati rész és az elmélet teljesen másról szól, vagy a gyakorlati résztől teljesen független, de a témájába vágó elméletet dobsz bele koncepciótlan módon: íratlan szabály, hogy a szakirodalmi kitekintésben feldolgozott elméletet kösd szorosan össze a gyakorlattal. Jó hatást kelt ezért, ha az elmélet fejezeteinek felosztása részben tükörképet mutat a gyakorlattal!

Egyetemi szint felett (BKE Vezetőképző, doktori fokozat, MBA) alapvetően vagy problémamegoldásról van szó, vagy önálló kutatás alapján valamilyen önálló következtetésről. Erről most nem írunk itt sokat, mert viszonylag kevesen írnak ilyen dolgozatot az olvasók közül, de ha megakadtál, gyere el egy személyes konzultációra!

Általános igazság, hogy a bevezetés vesse fel a problémát, nevezze meg a hipotézist, az elemzési módszereket, indokolja a témaválasztást és mondja el, mi várható a szakdolgozatban, milyen főbb funkcionális egységekből áll, illetve az egyes fejezetek létjogosultságát indokolja. Néha a hipotéziseket külön fejezetben kérik kiemelni. Jól nézhet ki, ha egy témába vágó idézettel kezded a dolgozatod, de ez nem kötelező.

Az összefoglalás rész a levont következtetéseket, a felvetett probléma legkedvezőbb megoldási alternatíváját, illetve az elemző munka eredményét taglalja (hacsak ez nincs külön fejezetben).

Az összefoglalással sokan szenvednek, de ez a legkönnyebb. Egyszerűen fogd az egyes fejezeteidet, és foglald össze mindegyiket 1-1 bekezdésben. És voilá! Kész vagy! Az összegzésben már nem lehet új dolog: ez kizárólag ismétlés.

## **7. Mivel szerezheted meg a bírálók jóindulatát?**

Elsőként a szaknyelv használatát említeném. Kaptam számos olyan e-mailt, hogy "nem értem, miért dobták vissza, annyit dolgoztam vele".

Ha visszadobják, annak mindig van oka. Ezek általában gyakorisági sorrendben a következők: önálló elemzés hiánya (vagy nem hangsúlyozza az illető eléggé, hogy ez és ez az én véleményem, és ilyen és ilyen saját kutatásom alapján gondolom így), tartalmi koncepciótlanság, célkitűzés nélkül írt vagy nem logikusan felépített dolgozat, a szaknyelv hiánya. A szaknyelv hiányáról ordít, hogy közöd nincs a szakterülethez. Számítalan ilyen olvastam és ilyenkor szó szerint sírni támad kedvem. Szerinted ehhez mit szól akkor a tanár, akinek az értékes idejét rabolod valamivel, ami az ő szemében egy fércmunka?

Hogy lásd, pontosan miről van szó, itt egy példa:

amikor azt szeretnéd írni, hogy "sok pénzre van szükség ahhoz, hogy valaki elindítson egy ilyen tevékenységet", akkor azt kell írnod, hogy "a belépési korlátok magasak a tevékenység tőkeigényes volta miatt". Érted?

Figyelj oda a szakdolgozatod írásakor arra, hogy követhető struktúrája legyen, ne legyen nagyon mély a strukturális felosztás (általános szabály: az 1.1.1.1 már nem létezik), segítsd az olvasót minden fejezet elején esetleg azzal, hogy miért tetted bele ezt a fejezetet a szakdolgozatba.

Ez a későbbi kritikát is megelőzi ("nem értem, hogy jön ez ide?", "mi a célja a 3. fejezetnek?", "miért pont oda tetted a 4. fejezetet?")

Profi legyen a szerkesztése! Mit jelent ez?

A táblázatoknál használd az automatikus formázás funkciót, de ne színezd ízléstelenül őket! Áttekinthető legyen: sorkizárt, bekezdés eleje beljebb, a felsorolásjelek jól látszódnak, használj spéci jeleket ezek a pirinyó "-" jelek helyett.

Használhatsz a szövegben kiemelést, a kulcsszavakat vastaggal jelölheted, de semmiképp se egész sorokat!

A címeket ne te formázd, hanem használd a címsor1, címsor2, címsor3 formátumokat a WORD-ben.

Ha színezel, ne legyen rikító! A tompa kék, egészen halvány és nem rikító sárga, barna, esetleg a tompa, sötétebb bordó domináljon: a pasztellszínek, vagyis az intelligens színek.

Ne legyen tankönyv-ízű! A szakdolgozatot ún. értekező prózában kell megírni, ez azt is jelenti, hogy kicsit elengedheted magad, amennyiben ezt szakmai szinten teszed meg. Lehet benne egész finom humor, ironia - ezzel mintegy jelezve az érzelmi kötődésed a témához.

Képzeld el a következőt: igazán otthon vagy mondjuk a programozásban és az a feladatod, hogy a számítógép bekapcsolásáról és a WORD elindításáról írt amatőr dolgozatokat kell olvasnod napi 8-9 órában.

Érezd együtt a tanáraiddal, és próbáld meg őket kirángatni az apátiából: meglesz a jutalom.

A tartalomjegyzéket kérlek ne kézzel csináld! Számtalan ilyen láttam és elkésztető, hogy ennyire nem ért valaki a WORD alapfunkcióihoz. Ha használod a címsor1, címsor2, címsor3 betűtípusokat, már meggy magától a tartalomjegyzék. (Beszúrás - Hivatkozás - tartalomjegyzék menüpont)

Szeretnéd ezt olvasni az értékelésben? "gazdagon illusztrált, igényes munka". Nem először kapom így vissza a bírálatot.

Az ábrák használata nem kötelező, de felettébb hasznos. Olyan, mint a pesti taxisnak adott borraivaló: jövőbeni kapcsolatot alapoz meg, és esőben majd nem kell 45 percet várnod kocsira..)

A tanár is hajlamos lesz jobban értékelni a munkát.

Az ábrák kapcsolódjanak a témához, felesleges ábrákkal pontosan az ellenkező hatást éred el, koncepciótlannak és amatőrnek tartanak majd. Próbáld meg szép ábrákat szerkeszteni!

EXCEL-ben pl. lehet 2D-s és 3D-s grafikont is készíteni, mit gondolsz, melyik néz ki szebben? (Ez költői kérdés volt. J)

Tehetsz bele folyamatábrát, az is jól néz ki: ahelyett, hogy felsorolnád mondjuk a célpiaci marketing három lépését, tegyél bele három szövegdobozt (árnyékkal ellátva, színeztve, vagy 3D-ben!) és egy-egy nyilat tégy közéjük, kész az ábrád. (A nyíl is lehet a szimpla vonalka helyett satírozott alakzat, a példának okáért.)

Az ábrák legyenek számozva, alatta cím és hajszálpontos forrás.

Mi van akkor, ha egy könyv egész fejezetéből készítesz ábrát? Vezetélméletből csináltam egyszer ilyen, a vezetői szerepekből készítettem egy ábrát, ami kb. 30 oldal az Angyal könyvben, ilyenkor a jelölés: p23-56.

Mellőzd az alacsony felbontású grafikákat, rossz hatást keltenek! Olyan, mintha az önéletrajzodba beletennél néhány helyesírási hibát. Ha csak ilyened van, inkább ne tedd bele, vagy szerkeszd újra kézzel az ábrát!

Melyik ábrát kell a mellékletbe tenni és melyiket a szövegbe? Általános szabály: ami nehezítené a szöveg megértését, és a dolgozat gondolatmenetének követését, mert elvinne egy más irányba, vagy ami egész oldalas lenne, az mellékletbe való. Ami feltétlenül szükséges a dolgozat gondolatmenetének követéséhez, illetve amit szövegesen elemzel, azt pedig nem szabad mellékletbe tenni.

Mik a leggyakoribb okok, amiért visszadobnak egy szakdolgozatot?

1. önálló munka, elemzés hiánya - összeollózott fércmunka, leíró jellegű, semmi személyes vélemény, amit megalapozott kutatásokra építenél

2. koncepciótlan, strukturálatlan - nincs célkitűzés, nincsenek felállított hipotézisek, csak írsz bele a nagyvilágba

3. nyelvezet - nem a haveroddal beszélgetsz, hanem egy szakmai "közönségnek" adsz elő, tiszteld meg őket azzal, ha már értékes idejük egy részét rád fordítják, hogy megfelelő a "modorod".

4. plágium - valakiről vagy valamiről írtad, vagy valahonnan kimásoltad és peched volt, mert a bíráló ismerte a forrást.

5. Alacsony színvonalú szakmai munka - tárgyi tévedések a szakdoliban, a szakmai ismeretek nem érik el a végzős hallgatókkal szemben támasztott követelményeket.

## **8. A cél, az út lerövidítése**

Mikor elkezded írni a dolgozatodat, akkor egy hosszú alagútba nézel, aminek a végén csak a sötétséget látod. Ez nem nagyon motivál arra, hogy belépj az alagútba, ugye?

Tehát: nem szakdolgozatot írsz! Házi dolgozatokat! Ahány fő fejezet van, annyi házi dolgozatot kell elkészítened! És így több kisebb alagúton kell átmenned, és mindig látni fogod a fényt a végén!

Mi a legjobb módszer arra, hogy két héttel a dolgozat leadása előtt ébredj fel, hogy még semmit sem írtál, bár a kutatást már rég elvégezted?

A céltalan olvasás. A legtöbben ezt teszik. A dolgozat megírásának garantáltan legrövidebb módszere a következő, legyen az akár doktori disszertáció, vagy OKJ-s képzésre írt szakdoli: fogod a vázlatod, magad mellé teszed, és ahogy olvasod a kutatás során megszerzett irodalmat, abban a pillanatban, ahogy valami érdekesre bukkansz egy sárga post-it címkét ragasztasz a könyvbe, amire ráírod a fejezet számát, amiben az adott információt fel akarsz használni.

Emellett sokat segít, ha jegyzetelsz olvasás közben, hiszen értékes gondolatok, kritikai észrevételek fognak felmerülni, amik mind-mind a feledés homályába vesznek, ha nem veted papírra! Miután végimentél így a teljes anyagon, stócold fel magad előtt, szerkeszd meg a WORD dokumentum vázát, és egyszerűen emeld le a felsőt a stócról, és írd bele a megfelelő fejezetbe!

Készíts heti tervet! Legyen egy reális heti terved a dolgozat elkészítésére, amibe belekalkulálod a két lurkót otthon vagy a kocsmázást a haverokkal. Vagy mindkettőt. :) Ha teljesíthető heti terved van, amely tartalmazza, hogy azon a héten pontosan mikor tervezed, hogy leülsz dolgozatot írni, és mit kell elvégezned azon a héten, akkor az a haladás és a siker érzését adja. Bármely tanár megmondja: a siker érzésénél nincs erősebb motiváció! Így biztosan kész leszel!

A GTK MIM honlapon lévő ME-GTK szakdolgozati szabályzatának elérhetősége:

[http://www.marketing-miskolc.hu/modules/szakdolgozati\\_temak/szakdolgozat\\_szabalyzat\\_gtk.pdf](http://www.marketing-miskolc.hu/modules/szakdolgozati_temak/szakdolgozat_szabalyzat_gtk.pdf)

A Marketing Intézet szakdolgozati szabályzata némileg eltér a GTK más intézeteinek gyakorlatától, ezért az értékesítés szakirányosoknak értelem szerűen ezt kell követniük.

Elérhetősége:

[http://www.marketing-miskolc.hu/modules/szakdolgozati\\_temak/szakdolgozat\\_szabalyzat\\_mi.pdf](http://www.marketing-miskolc.hu/modules/szakdolgozati_temak/szakdolgozat_szabalyzat_mi.pdf)

Az értékesítés szakirányosok a Marketing Intézet által oktatott tárgykörökben (plusz értékesítéshez-beszerzéshez kapcsolódó logisztika) szabadon választhatnak szakdolgozati témát, tehát nem ragaszkodunk mereven a szakirányos szűkítéshez!

A **témajavaslatot** a titkárságon kell leadni, vagy oda emailban elküldeni: [mim@uni-miskolc.hu](mailto:mim@uni-miskolc.hu), vagy [marera@uni-miskolc.hu](mailto:marera@uni-miskolc.hu) címekre március 15-ig.

Javasolt tartalma (ürlap mellékelve):

hallgató neve, neptun kód, elérhetőség (cím, email),  
választott téma címe (még változhat, pontosítható lesz),  
kidolgozandó kérdések (elég hozzzávetőlegesen, hisz még változhat),  
fogadó cég, intézmény neve, címe, konzulens (ha már van),  
belső konzulensi kérés, vagy megbeszélés alapján már egyeztetett személy (nem biztos, hogy ő lesz, mert a feladatokat arányosan osztjuk el az intézeti kollégák, külső oktatók között).  
Fogadó nyilatkozat a gyakorlati hely/bázisvállalat részéről.

Jelenlegi információim szerint december 10-ig le kell bonyolítanunk a záróvizsgákat, ebből visszszámolva kb. 5 hét kell a külső – belső bírálatokra, vizsga- és bizottság szervezésre, így október 31. lesz a beadási határidő. A feladatkiírást, mely belső címlapként fog szolgálni, szabályok szerint május 15-ig (a kész dolgozathoz majd módosítható) adja ki az adminisztráció, akár emailben is, s azt bele kell köttetniük a dolgozatba.

A tantervükben a 6. félévben szerepel „Portfólió szeminárium” kredit értékkel is, amit úgy lehet teljesíteni, hogy megkezdik a szakdolgozati felkészülést (témaválasztás, konzultálás, az ezt igazoló adatlap rendszeres aláíratása a belső és külső konzulenssel), mert ellenkező esetben nem kaphatnak ezért kreditet, s így később ismét fel kell venniük (tandíj!).

A portfólió szakszeminárium „eredményes” zárásának nem okvetlen feltétele a szakdolgozat idei leadása (még a téma is változhat később), de a szorgalmi időszak végéig a belső konzulenssel folytatott egyedi (lehet emailben is) konzultációk alapján beszámoló kötelezettség van (nem felelt meg – megfelelt).

Kérem, hogy kérdéseikkel forduljanak a tavaszi félév marketinges oktatóihoz a konzultációkon, illetve személyesen, vagy emailben ([mardanko@uni-miskolc.hu](mailto:mardanko@uni-miskolc.hu)) a szakirány vezetőhöz, vagy Erdélyiné Rusz Annamária ([marera@uni-miskolc.hu](mailto:marera@uni-miskolc.hu)) titkárnőnkhez.

Természetesen, ha valami változásról tudomást szerzünk, azt a neptunon keresztül fogjuk közvetíteni Önök felé, ezért a neptun üzeneteket nézzék meg.

### **Záróvizsga követelmények a szakindítási kérelmünk szerint:**

„a, Szakdolgozat

Írásbeli dolgozat, amely a szak (szakirány) diszciplínáihoz kapcsolódó elméleti-általános témakört feldolgozó, vagy a szakmai gyakorlathoz kapcsolódó, gyakorlati témát elemző önálló munka. A szakdolgozat a hazai és nemzetközi szakirodalomban való jártasságon túlmenően azt is tanúsítja, hogy a hallgató képes a szakirodalom feldolgozásával ismereteit önállóan alkalmazni. A szakdolgozat a záróvizsga kritérium-követelménye, amelyet két bíráló értékkel, megvédése a záróvizsga része.

b, Nyelvi követelmények:

*Legalább egy idegen nyelven szaknyelvi C típusú középfokú állami nyelvvizsga, vagy azzal egyenértékű szaknyelvi vizsga. A 6 szemeszteren keresztül heti négy nyelvi– először általános, majd szaknyelvi jellegű - óra felvételét biztosítjuk, melyek felvételét a 180 krediten túli, de az ösztöndíjátlagba beszámító tárgyankénti 2-2 kredittel ösztönözzük. A nyelvi felkészülést jelentős számú idegen nyelven meghirdetett helyettesítő tárggyal is támogatjuk.*

c, További kritériumkövetelmények:

A szakdolgozat mellett a testnevelés tárgy az abszolutorium megszerzésének feltétele, teljesítéséért nem jár kredit.

d, Az abszolutorium megszerzésének követelményei:

A tantervben előírt valamennyi tanulmányi és vizsgakötelezettség, különösen:

- 180 tanulmányi kredit és a 30 gyakorlati kredit teljesítése,
- a kritériumkövetelmények teljesítése.

e, Záróvizsga követelmények

- abszolutorium,
- 2 bíráló által elfogadott szakdolgozat,
- a záróvizsgán a diplomamunka megvédése.
- szakmai komplex záróvizsga eredményes letétele, (a komplex záróvizsga a szak törzstárgyaira épül)

f, Oklevél követelménye

- záróvizsga teljesítése,
- középfokú szakmai nyelvvizsga.

g, a diploma minősítésének megállapítása

-  $D_m = (SZTá + SZIá + SZDMá + SZDV + KV) / 5$  (ahol  $D_m$  = diploma minősítés alapjául szolgáló átlag,  $SZTá$  = szak-törzstárgyak jegyeinek átlaga,  $SZIá$  = a szakirány-tárgyak jegyeinek átlaga,  $SZDMá$  = a szakdolgozat két bírálói értékelésének átlaga,  $SZDV$  = szakdolgozat védés jegye,  $KV$  = a komplex vizsga jegye).”

Változhat a képlet – amennyiben ezt a GTK Kari Tanács jóváhagyja - a következők szerint:

$D_m = [SZTá + SZIá + (SZDMá + SZDV) / 2 + KV] / 4$  (ahol  $D_m$  = diploma minősítés alapjául szolgáló átlag,  $SZTá$  = szak-törzstárgyak jegyeinek átlaga,  $SZIá$  = a szakirány-tárgyak jegyeinek átlaga,  $SZDMá$  = a szakdolgozat két bírálói értékelésének átlaga,  $SZDV$  = szakdolgozat védés jegye,  $KV$  = a komplex vizsga jegye)

Színvonalas szakdolgozat készítésükhöz és eredményes záróvizsgájukhoz szorgalmas és kitartó munkát, a képzés keretében, vagy már másutt megszerzett tudásuk integrált, komplex alkalmazását és hasznosítását kívánom.

Miskolc, 2009. február 12.

**Dr. Dankó László**

Tanszékvezető egyetemi docens

Értékesítés szakirány felelős

**Szakedolgozat készítés/Záróvizsga és**  
**Diplomaosztás ütemterve**  
**(BA)**

1. Az intézetek a Kari honlapon közzéteszik aktualizált szakdolgozati témajavaslatukat.  
Határidő: 2009. február 28.  
Felelős: Szakvezetők
2. A téma leadása, a „Szakdolgozati feladatkiírás” 1-6. pontjának kitöltése a hallgató által és leadása az Intézeti adminisztrációba.  
Határidő: 2009. március 15.  
Felelős: Hallgató
3. A téma ismeretében az intézetek kijelölik a konzulenseket.  
Határidő: 2009. március 31.  
Felelős: Szakvezetők
4. A szakdolgozati vázlat leadása a konzulens részére.  
Határidő: 2009. április 15.  
Felelős: Hallgató
5. A szakdolgozat véglegesített vázlatának leadása.  
Határidő: 2009. május 05.  
Felelős: Hallgató
6. Az Intézet elkészíti a végleges „Szakdolgozati feladatkiírás”-t és a hallgató részére bocsátja.  
Határidő: 2009. május 15.  
Felelős: Szakvezetők
7. Szakmai gyakorlat 15 hét  
Határidő: 2009. augusztus 03. (szakmai gyakorlat kezdete)
8. A szakdolgozat leadása az intézeti adminisztrációba.  
Határidő: 2009. október 31.  
Felelős: Hallgató
9. Záróvizsga  
Határidő: 2009. december 10.  
Felelős: Szakvezetők, Dékáni Hivatal
10. Diplomaátadás  
Határidő: 2010. január közepe  
Felelős: Dékáni Hivatal

Miskolc, 2009. február 17.

**Miskolci Egyetem - GTK**  
**Marketing Intézet**  
**3515 Miskolc - Egyetemváros**

***Szakmai gyakorlati/szakdolgozati jelentkezési lap***

NÉV: .....SZAK/TANKÖR: .....Neptun kód:.....  
ELÉRHETŐSÉG (E-MAIL V. TELEFON): .....  
VÁLASZTOTT TÉMAKÖR: .....

A SZAKDOLGOZAT/BESZÁMOLÓ TERVEZETT CÍME:

.....  
.....

A SZAKDOLGOZAT/BESZÁMOLÓ TERVEZETT VÁZLATA:

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....

VÁLASZTOTT BÁZISVÁLLALAT NEVE, CÍME: .....

VÁLASZTOTT KÜLSŐ KONZULENS NEVE, BEOSZTÁSA: .....

Miskolc, 200.....

.....  
HALLGATÓ ALÁÍRÁSA

***Fogadó nyilatkozat***

A Miskolci Egyetem .....(név, szak/csoport) hallgatójának

megkeresése alapján a .....(cég neve, címe)  
vállalja, hogy nevezett hallgató részére legkésőbb 2009 augusztus 3-tól 15 héten keresztül a 7.  
félévi szakmai gyakorlati követelmény teljesítéséhez térítésmentes - szakirányú - gyakornoki  
foglalkoztatást, konzulensi segítséget biztosít, s a gyakornoki foglalkoztatásra - az egyetem  
megkeresése alapján - az ME GTK-val együttműködési megállapodást köt.

..... 2009. március .....

.....  
Fogadó cégszerű aláírása