**BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM**

**SZAKDOLGOZATI ÚTMUTATÓ**

**HALLGATÓKNAK ÉS OKTATÓKNAK**

**KERESKEDELEM ÉS MARKETING**

**ALAPSZAK**

2019

**I. A dokumentum célja**

Jelen dokumentum célja kettős. Egyfelől – mint központi cél – szeretnék elérni a Kereskedelem és Marketing Szakon készülő szakdolgozatok minőségének és szakmai színvonalának további emelését és az elkészült anyagok színvonalának a két Karra vonatkozóan is egységesebbé válását. Másrészt támogatni kívánjuk a Szakon hallgatókat és oktatókat a konzultációs feladataik még hatékonyabb elvégzésében.

A szakdolgozatok színvonalát emelésére és a színvonal egységesítésére tett törekvés összehangban áll a szakvezetés, a kar és az egyetem céljával, miszerint a Budapesti Gazdasági Egyetem a jövőben is mint sikeres üzleti képzőhely működjön a magyar és a nemzetközi felsőoktatási rendszerben.

A továbbiakban a szakdolgozatok elkészítésében nyújtott konzulensi támogatás szakmai alapvonalait kívánjuk kijelölni azáltal, hogy a szakdolgozatok tartalmi sajátosságait meghatározzuk.

Fontosnak tartjuk kiemelni, hogy ezzel az anyaggal:

|  |  |
| --- | --- |
| **CÉLUNK** | **NEM CÉLUNK** |
| a konzulensi munka hatékonyabbá tétele | a konzulensi szabadság korlátozása |
| a dolgozatok összevethetőségének elősegítése | konkrét „receptek” meghatározása |
| a dolgozatok színvonalának további emelése | a konzulensi munka „kiváltása” |
| a Tanszéken folyó szakmai munka színvonalának további emelése | a kari és/vagy egyetemi szintű szabályozás felülírása |
| a végzett hallgatók kritikai szemléletének, elemző, értékelő munkájának fejlesztése |  |

**II. A szakdolgozat célja**

A szakdolgozat elkészítésével (és prezentálásával) a hallgató az alábbi kompetenciákkal kell, hogy bírjon:

1. Képesnek kell, hogy legyen, önállóan választani egy olyan szakmai témakört, melyet a megfelelő mélységben és a megadott formai és terjedelmi keretek között teljesíteni tud.
2. Önállóan meg tudja határozni a munka fő célját, részcéljait.
3. A választott témához tartozó aktuális, és releváns hazai és nemzetközi szakirodalmat képes megtalálni, feldolgozni idegen nyelven is.
4. Amennyiben a hallgató valamilyen gyakorlati téma feldolgozására vállalkozott, a hallgatónak kritikai szellemben vizsgálni azt, meglátva a pozitív és negatív oldalakat.
5. A hallgatónak képesnek kell lennie, a megfelelő módszertan alkalmazásával, a gyakorlatban vizsgált vállalkozás esetében a jelentkező problémák feltárására.
6. Képesnek kell lennie a feltárt problémák megoldására javaslattételre, a korábban feldolgozott elméleti ismeretanyag alapján.

**III. A szakdolgozat fő részei**

Fentiek alapján a szakdolgozat a következő fő tartalmi egységekből áll:

1. Cím
2. Bevezetés
3. Elméleti keretek
4. Gyakorlati kutatás
5. Összegzés, következtetések

A továbbiakban fenti tartalmi egységekkel szemben támasztott tartalmi minimumok meghatározása következik

1. Cím

A szakdolgozat címének meghatározása triviálisnak tűnhet, azonban számos esetben tapasztaljuk, hogy a jelölt szakdolgozatának címe és a tényleges tartalma között komoly eltérés azonosítható, számos esetben, nem a címről szól a dolgozat.

Fentiek okán javasoljuk, hogy a konzulens felügyelete mellett, a szakdolgozat minél magasabb készültségi fokán határozzák meg a címet, mely legyen lényegre törő és rövid. Az „utólagos címadás” hatékonyabb és pontosabb, jobban specifikált címadást eredményez.

Fontos, hogy az esetleges cím-változtatást megtegyék a hallgatók a szakdolgozat végső címek tanszéki leadása előtt.

2. Bevezetés

A szakdolgozat első tartalmi része a bevezető fejezet(ek). Ennen a részben a hallgatónak alapvetően három fontos, egymáshoz kapcsolódó kérdést kell tisztáznia:

* A témaválasztás indokolását
* A szakdolgozat célját, részcéljait
* A szakdolgozat során alkalmazott kutatási módszereket

Témaválasztás és indokolása:

A témaválasztásnál fontos, hogy a kiválasztott téma aktuális és fontos gazdasági, üzleti, társadalmi témát tárgyaljon. A Kereskedelem-marketing BA program esetében elsődlegesen kereskedelem és marketing vonatkozásokkal bíró témákat tárgyaljon a hallgató.

Minden társadalmi, gazdasági, környezeti problémának megtalálhatjuk a kereskedelmi és marketing vonatkozásait: pl. környezetvédelem – CSR, fenntartható vállalati működés, stb.

A témaválasztás – fenti szakmai és „tudományos” indokok mellett – megokolható személyes (szubjektív) indokokkal is: személyes érdeklődés, családi kötődések, stb. Ezek kiegészíthetik, de nem helyettesíthetik a választott téma szakmai, tudományos beágyazottságát.

A szakdolgozat célja(i)

Fontos a szakdolgozat elején kijelölni a dolgozat célját, meghatározni azt/azokat a kérdés(eke)t, melyek megválaszolására a hallgató vállalkozik.

A dolgozatban ajánljuk a „KUTATÁSI KÉRDÉS” megfogalmazást, és az eleddig széleskörűen alkalmazott „HIPOTÉZIS” szó kerülését. Ennek indokai:

* A hipotézis ellenőrzés egy kvantitatív matematikai-statisztikai módszer, melynek során változók közötti kapcsolat szignifikanciáját teszteljük. A szakdolgozatok meghatározó többségénél erről szó sincs, tehát a „hipotézis” szó alkalmazása problémás.
* A hipotéziseket – fenti matematikai-statisztikai kódszerek alkalmazásával – formalizáltan el kell fogadni (verifikálni), vagy el kell vetni (falszifikálni). Ezekre sem kerül sor a szakdolgozatok meghatározó részében.
* A hallgatók által megfogalmazott „hipotézisek” sok esetben nem is azok, mert axiómákat és olyan előre ismert tényeket fogalmaznak meg „hipotézisként”, melyek tesztelésére/elemzésére nincs szükség. Pl.: „A BGE hallgatóinak többsége nő nemű.” Ez nem hipotézis, hiszen nincs mit tesztelni rajta, ténykérdés.

Fentiek okán – még egyszer – kérjük a „kutatási kérdések” terminus technikus alkalmazását.

A szakdolgozatban alkalmazott kutatási/elemzési módszerek

Már a szakdolgozat elején érdemes bemutatni a későbbi fejezetekben akár még részletesebben kifejtett módszertant.

FONTOS: a szakdolgozatban elengedhetetlenül szükséges és elvárt a hallgató által kivitelezett önálló szakmai elemző munka elvégzése, mely:

* tudományos módszereket alkalmaz
* szekunder és/vagy primer adatokra támaszkodik (van benne önálló adatgyűjtés és értékelés)
* kvantitatív és/vagy kvalitatív módszereket alkalmaz.

ÚJRA KIEMELJÜK: az önállóan elvégzett elemzéssel a hallgató a szakmai munkára való alkalmasságát bizonyítja. (v. ö. II. Szakdolgozat központi célja)

A kutatási módszerek kiválasztásában segítség lehet az alábbi rövid módszertani szakirodalmi lista:

Majoros Pál(2004): Kutatásmódszertan alapjai. Perfekt Zrt.

Earl Babbie (2008): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Bp.

Pervez Ghauri és Kjell Gronhaug (2011): Kutatásmódszertan az üzleti tudományokban. Akadémiai Kiadó. Bp.

Horváth Dóra - Mitev Ariel (2015): Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv. Alinea Kiadó. Bp.

Naresh K. Malhotra (2009): Marketingkutatás. Akadémiai Kiadó. Bp.

Sajtos László – Mitev Ariel (2007): SPSS Kutatási és adatelemzési kézikönyv. Alinea Kiadó. Bp.

Fenti művekben a leggyakrabban használt kvalitatív és kvantitatív technikák leírása és jellemzése, valamint alkalmazási körülményei fellelhetők.

Számos szakdolgozat témája nem, vagy csak korlátozottan teszi lehetővé primer kutatás megvalósítását (B2B-piacok, logisztika, szállítmányozás, stb.), de ez nem jelenti azt, hogy „felmenthető” a hallgató az önállóan elvégzett kutatómunka alól.

Ezekben az esetekben is lehetséges szekunder adatgyűjtés és adatelemzés/értékelés az alábbi forrásokból:

* belső, vállalati statisztikák
* szakmai szervezetek, kamarák, stb. adatai
* statisztikai adatszolgáltatók adatai: ksh.hu, eurostat, oecd.org, wto.org, stb.

3. Elméleti keretek

A szakdolgozat első fő része a választott téma elméleti kereteinek kijelölése. Ebben nagyon fontos és megkerülhetetlen szerepe van a FRISS, ADEKVÁT és TÉMÁHOZ ILLESZKEDŐ szakirodalmi bázis felkutatásának, feldolgozásának és szintetizálásának.

Ami a hallgató feladata – ELVÁRÁSOK:

A szakdolgozatban egyértelműen láthatóvá kell tenni, hogy a hallgató SZÉLESKÖRŰ szakirodalmi forrásanyagra támaszkodva (HIVATKOZÁSOK!!!) készítette el a művet, melyben a témához kapcsolódó FORRÁSANYAG SZINTÉZISE fellelhető. Vagyis a hallgató ismeri a vonatkozó szakirodalmat, feldolgozta és elkészített belőle egy 15-20 oldalas összegzést, megfelelően meghivatkozva (Harvard-módszer).

Ami NEM ELVÁRÁS:

A hallgatónak nem kell önálló definíciót alkotni, modellt építeni, új elméleti alapokat lefektetni, stb., ugyanakkor nem kizárt ennek teljesítése.

Fentiek alapján tehát a hallgató az elméleti részben:

* bemutatja a választott téma fogalmait (definíciók) – ezeket idézni kell/lehet
* bemutatja és értelmezi a kapcsolódó modelleket
* rámutat különböző fogalmi közelítésekre, meghatározza, hogy melyiket alkalmazza
* SAJÁT SZAVAIVAL értelmezi fentieket, rámutat arra, hogy miért ezeket alkalmazza, hogyan és miért kapcsolódnak választott témájához, miként alapozzák meg a gyakorlati kutatását

4. Gyakorlati kutatás

A bevezető résznél már kiemeltük, hogy elengedhetetlenül szükséges a jelölt önálló elemző/értékelő munkája, egy dominánsan leíró munka önmagában még nem elfogadható, ugyanis nem tükröződik benne a jelölt önálló szakmai/elemző készsége.

A gyakorlati részben fontos bemutatni, hogy az elméleti részek hogyan/milyen módon kapcsolódnak az elmélethez, valamint azt, hogy milyen konkrét gyakorlati eset kerül feldolgozásra.

A gyakorlati kutatásban sor kerülhet:

* Egy piac elemzésére, értékelésére
* Egy vállalat piaci helyzetének elemzésére
* Egy vállalati részleg, rész-tevékenység elemzésére (értékesítés, marketing, logisztika, termelés, szállítás, stb.)
* Fogyasztói/vásárlói magatartás elemzésére
* Versenyelemzésre
* Komparatív (összehasonlító) vizsgálatokra
* Nemzetközi piaci viszonyok elemzésére
* Makrotrendek (gazdaság, társadalom, környezet, stb.) vizsgálatára és elemzésére

Kérjük, hogy olyan szakdolgozat terv ne kerüljön konzulensi jóváhagyásra, melyben nem lehetséges/a hallgató nem képes, nem akar önálló elemző, értékelő munka megvalósítására!

A gyakorlati kutatás részben meg kell határozni és ismertetni kell részletesen:

* A kutatás céljait – v. ö. bevezetés – kutatási kérdések
* A kutatás módszertanát részletesen: primer, szekunder – kvalitatív, kvantitatív
* A kutatás során alkalmazott mintavételi eljárást (amennyiben van)
* A minta szocio-demográfiai jellegzetességeit
* A kutatás eredményeit
* Megállapításokat és következtetéseket

Fentieken túl fontos, hogy a szakdolgozatba (elsősorban a mellékletbe) bekerüljön az alkalmazott primer kutatáshoz készített interjúvázlat (kérdések), valamint a kérdőív is.

Az eredmények vizuális megjelenítéséhez (elsősorban kvantitatív kutatások esetében fontos): a napjainkban széleskörűen elterjed online kérdőív rendszerek (kerdoivem.hu, Google Forms, stb.) a vizsgálat eredményeit grafikusan is megjelenítik az egyes kérdések vonatkozásában. Fontos, hogy az így elkészült ábrák kivágása é beillesztése helyett a jelölt önmaga készítsen ábrákat, táblázatokat, ne csak a kérdőívező rendszer kész, ámde kis felbontású, hiányos, nehezen áttekinthető grafikus illusztrációit illessze be dolgozatába.

A REPREZENTATIVITÁSRÓL: a reprezentatív mintavétel (ami egy alapsokaságból történő matematikai-véletlen alapú kiválasztásra épül) NEM ELVÁRÁS, azonban fontos, hogy a hallgató túllépjen a saját facebook-ismerősök körén, amikor primer kvantitatív kutatást végez (pl. kérdőívezés), valamint képes legyen látni és értékelni egy nem reprezentatív mintavételből származó eredmények általános alkalmazhatóságának korlátait.

Javasoljuk, hogy a hallgató csak kivételes esetben és a konzulense szoros felügyelete és aktív segítsége mellett alkalmazzon olyan kutatási módszereket, amelyeket nem ismert meg a tanulmányai során: magasabb szintű matematikai-statisztikai módszerek, pszichológiai- vagy pedagógiai alapú módszerek, stb.

5. Összegzés és következtetések

A dolgozat legfontosabb megállapításai, az elért kutatási eredmények (elsősorban a saját kutatási részekből) gyakorlati felhasználásának, felhasználhatóságának lehetőségei kerülnek bemutatásra a szakdolgozat befejező részében. Természetesen ez függ a szakdolgozat témájától azonban minden esetben szükséges.

A nemzetközi makrotrendekkel piaci folyamatokkal, fogyasztói magatartás trendekkel foglalkozó szakdolgozatok esetében ajánljuk a deduktív logikát, vagyis az általános (teljes piacra, nemzetközi folyamatokra) vonatkozó megállapítások alapján emeljük ki, hogy annak milyen hatása van/lehet egy-egy vállalatra.

Az egy-egy vállalattal, vállalati tevékenyéggel (logisztika, kereskedelem, marketing, stb.) foglalkozó szakdolgozatok esetében ajánlok az induktív logikát, vagyis annak bemutatását, hogy az X-vállalatnál elért eredmények hogyan hasznosulhatnak más vállalatoknál, más piaci körülmények között, stb.

**IV. Formai követelmények**

A szakdolgozatot Times New Roman CE betűtípussal, 12-es betűmérettel és másfeles, azaz 15 p. sortávolsággal, sorkizárással kell elkészíteni. Egy oldalnak kb. 30 sort kell tartalmaznia. A szakdolgozat esetében alapértelmezett margóbeállítást (felső 2,5 cm, alsó 2,5 cm, jobb oldalán 2,5 cm) kell alkalmazni, a kötés érdekében baloldalon 0,5 cm-t a margón kívül el kell hagyni, így a bal oldali margó beállítását ezzel a mérettel értelemszerűen meg kell növelni (bal oldali margó 3 cm). Az oldalak számozása esetén a lapok számát arab számozással, lent, jobb oldalon kell megjeleníteni. A szakdolgozat nyomtatásához A/4-es irodapapírt használunk és csak az egyik oldalára nyomtatunk.

A szakdolgozat terjedelme

Az alapképzés esetében a dolgozat terjedelmének alsó határa a fenti paraméterek mellett 40 oldal, felső határa 60 oldal. A terjedelemre vonatkozó előírások tartalomjegyzék és irodalomjegyzék, és mellékletek nélkül, azaz nettó értendők. Az írott szövegben a szükséges ábrák és táblázatok elhelyezhetőek, de azok terjedelme hozzávetőlegesen nem haladhatja meg a 15%-os részarányt.