

VÁLLALATI INTERKULTURÁLIS MENEDZSMENT MESTERKÉPZÉSI SZAK

Képzési terület:	bölcsészettudomány
Képzési ciklus:	mester
Szakért felelős kar:	Bölcsészettudományi Kar
Szakfelelős neve:	Dr. Horváth Andrea
Képzési hely(ek) munkarenddel:	Debrecen – nappali
Képzési idő:	4 félév
Az oklevélhez szükséges kreditek száma:	120 kredit
Összes kontaktóra száma	
nappali tagozaton:	1200
levelező tagozaton:	-
Szakmai gyakorlat ideje, kreditje, jellege	
nappali tagozaton:	20 óra, 10 kredit
levelező tagozaton:	-

A „vállalati interkulturális menedzsment” mesterképzési szak képzési és kimeneti követelményei

A mesterképzési szak megnevezése:

magyar nyelven: vállalati interkulturális menedzsment mesterképzési szak

angol nyelven: Corporate intercultural management master programme

A mesterképzési szakon szerzhető szakképzettség oklevélben szereplő megnevezése:

magyar nyelven: vállalati interkulturális menedzser

angol nyelven: Corporate intercultural manager

A mesterképzési szak besorolása:

képzési terület szerinti besorolása: bölcsészettudományi képzési terület

a végzettségi szint besorolása:

mesterfokozat (master of arts, rövidítve: MA)

ISCED 2011 szerint: 7

az európai keretrendszer szerint: 7

a magyar képesítési keretrendszer szerint: 7

a szakképzettség képzési területek egységes osztályozási rendszere szerinti tanulmányi területi besorolása ISCED-F 2013 szerint: 0230

orientáció szerinti besorolása: kiegyensúlyozott (40-60 százalék)

A képzési idő félévekben: 4 félév

A szakképzettség megszerzéséhez összegyűjtendő kreditek száma: 120 kredit

A képzés célja és a szakmai kompetenciák, tanulási eredmények:

A képzés célja:

A képzés célja olyan szakemberek képzése, akik értik és gondozzák a szervezeti működés interkulturális vetületeit. Felkészültek, hogy a multikulturális szervezetekben elősegítsék a vállalati célkitűzések megvalósulását és a céges értékek érvényesülését. A képzést elvégzők nyelvi, kulturális és

vállalatszervezeti ismereteik birtokában alkalmasak a vállalaton belüli lehetséges interkulturális problémák feltárására, elemzésre és a vezetői döntések előkészítésére. A szakon végzettek felkészültek tanulmányaik doktori képzésben történő folytatására.

Az elsajátítandó szakmai kompetenciák:

A szakon végzett

tudása:

Ismeri a kultúratudomány főbb témaköreit, kérdésfelvetéseit, társadalomkritikus szemléleteit. Behatóan ismeri a kultúra/identitás/idegenség alapfogalmait és ezen jelenségekkel kapcsolatos elméleteket.

Elsajátította a szakszerű és hatékony német (vagy más idegen nyelvű) nyelvű kommunikációhoz szükséges grammatikai ismereteket.

Tisztában van vele, hogy interkulturális közegben, egy kollektíva részeként melyek azok a soft skillek, melyek elengedhetetlenek a hatékony munkavégzéshez és a kollégákkal való együttműködéshez.

Elsajátítja a szakszerű és hatékony német (vagy más idegen nyelvű) nyelvű üzleti levelezés írásbeli formáit. Németül (vagy más idegen nyelven) ismeri és használja az üzleti levelezéshez szükséges megfelelő szófordulatokat, kifejezéseket.

Elsajátította a digitalizáció történetével és elméletével kapcsolatos alapismereteket.

Elméleti felkészültsége és a gyakorlati jó példák alapján szerzett belátása alapján tudja és érti, miért fontos és hogyan valósítható meg a kapcsolatok formálását célzó kommunikáció menedzselése, irányítása a szervezetben, a vállalkozásban. Alkotó módon feldolgozza az interkulturális vállalati kommunikáció-szervezés trendi kutatási irányokat, elsajátítja azok fogalomrendszerét, megismeri a gyakorlati munkában alkalmazható modelleket. A munkahelyi környezetbe bekerülve (valós helyzetekben) magabiztosan kezeli a problémafeltáráshoz és problémamegoldáshoz szükséges public relations szempontú helyzetelemző módszereket.

Németül (vagy más idegen nyelven), angolul és magyarul egyaránt ismeri és használja a multinacionális vállalkozások, gazdálkodó szervezetek korszerű, az ipar 4.0. elveinek megfelelő irányítási elveit, menedzselési jó gyakorlatait, a cégvezetés, döntéshozatal, szervezés és ellenőrzés területén a német (vagy más idegen nyelvű) nyelvű országokban bevált szakmai, etikai és fenntarthatósági normákat.

Az interkulturalitás, az interkulturális kommunikáció elméleteinek és módszereinek ismerete.

A piacra lépéshez szükséges vállalkozói és marketingkommunikációs gondolkodásmódot ismeri, elsajátította a német (vagy más idegen nyelvű) nyelvű szaktudományos fogalomrendszert, modelleket és jó példákat. Érti, hogy miért szükséges a célközönség fejével gondolkodva, a számukra lényegi értékajánlattal előállni, ha el akarja adni a termékét, szolgáltatását: ezt a tudást a szervezeti életben is tudja alkalmazni, hiszen ott saját gondolataira, újításaira kell fogadóképessé tennie a döntéshozókat és a vele dolgozókat.

képességei:

Képes a kultúra/identitás/idegenséggel kapcsolatos elméletek mögött rejlő kritikus gondolkodást elsajátítani. Képes önállóan további kérdéseket felvetni, a saját céges kultúrára önkritikusan és építő jellegűen tekinteni.

Képes saját gondolatait megfelelően, a grammatika eszközeivel is árnyalni.

Képes az önreflexióra, a kritikus gondolkodásra, kritikai meglátásának idegen nyelven történő megfogalmazására, képes asszertíven kommunikálni, a partnerre tudatosan figyelni, mind saját, mind pedig a másik motivációját fenntartani.

Képes önállóan eredeti gondolatokat és a szituációnak megfelelő megoldási javaslatokat megfogalmazni. Jártas a különböző levelezési formák azonosításában, értelmezésében, ismeri, hogy a magyartól eltérő (német nyelvű, kultúrájú, más nyelv esetében más nyelvű) munkavállalók hogyan értik, érthetik félre ugyanazt az információt, és képes egyszerűen és világosan fogalmazni írásban.

Kommunikációelméleti felkészültségére támaszkodva képes a vállalati munkafolyamatok helyzeteiben a kommunikáció megtervezésére és kivitelezésére annak érdekében, hogy előmozdítsa a döntés-előkészítést, a döntéshozatalt és a munkafolyamat végrehajtását. Folyamatosan közvetíti az információkat a szervezeti hierarchiában. Alkalmazni tudja a kommunikációelméleti modelleket arra, hogy feldolgozza megfigyeléseit, kifejezze reflexióit, közvetítse és elfogadtassa meglátásait,

elgondolásait, becsatornázza mások képességeit a problémák megoldásába, a munkafolyamatok végrehajtásba és az ellenőrzésbe: összehangol, párbeszédet kezdeményez, bevon, átláthatóságot teremt, bátorít.

Képes a különböző modern kommunikációs médiumokkal az információátadást zökkenőmentessé tenni.

Képes a digitális médiafelületek hatékony és etikus használatára.

PR tudása és készsége által alkalmassá válik arra, hogy munkavégzésének bármely helyzetében felismerje a belső és külső érdekgyökér kulturális különbségeiből adódó feszültségeket, és közvetítő magatartásával szorgalmazza, előmozdítja a kölcsönös elfogadást, az együttműködési hajlandóságot.

Stratégiai menedzsment és interkulturális ismeretei alapján önállóan új következtetéseket, eredeti gondolatokat és megoldási módokat fogalmaz meg a vállalati és szervezeti célok elérése érdekében – munkakörének megfelelően.

Menedzsment ismeretei alapján képes az igényes elemzési, modellezési módszerek alkalmazására.

Alkalmas arra, hogy komplex problémák megoldásához stratégiai megfontolásokat és taktikai eszközöket szállítson a vezetés számára. Képesség-portfóliója készsé teszi döntések meghozatalára az ipar 4.0. üzemgazdasági feltételei között; problémamegoldó hatékonyságát érvényesíti multinacionális munkakörnyezetben és szervezeti kultúrában.

Képesség, nemzetközi, multikulturális környezetben is a hatékony munkavégzésre. Jártasság a kulturális sztereotípiák azonosításában, értelmezésében, annak ismerete, hogy az eltérő nyelvű, kultúrájú munkavállalók hogyan értik félre ugyanazt az információt. Annak átlátása, hogy a menedzsmentet és alkalmazottakat milyen praktikus nyelvi-kulturális leegyszerűsítések irányítják komplex helyzetek kezelése során.

attitűdje:

Nyelvek, kultúrák, szokások, attitűdök, különböző kulturális jelenségek összehasonlítására képes szakemberként segíti a munkavállalókat a céges és szervezeti alapértékek megértésében. Önkritikus hozzáállásának köszönhetően meggyőződik a vállalati misszió hitelességéről, majd azt lojális véleményformálónaként maga is továbbfejleszti.

A kulturális különbségek között közvetít annak érdekében, hogy a munkavállalók ne a nyelvi és kulturálisan korlátozott információ alapján alkossanak ítéletet vagy hozzanak döntést. Szembesíti munkatársait azzal, hogy mekkora jelentősége van a nyelvi-kulturális identitást érintő alkufolyamatoknak a "saját" és az "idegen" kezelése során, ezzel segíti az interkulturális csoportfolyamatokat.

Kulturált, etikus és tárgyilagos értelmiségi hozzáállás jellemzi a személyekhez, illetve az adott üzleti problémákhoz való viszonyulását. Nyitott, segítőkész, ugyanakkor feladatkörének határait jól ismerő attitűd jellemzi.

Kommunikációelméleti felkészültségét arra használja, hogy megnyilatkozásaival maga is részt vesz a cégsiker elérésében, a vállalati reputáció növelésében: disztingváltan tudja érvényesíteni verbális aktivitásaiban a hitelesség, az átláthatóság, az elszámoltathatóság, a következetesség értékeit.

A közkapcsolatok gondozása területén szerzett tudása alkalmassá teszi arra, hogy részt vegyen a cég hírnevének növelésében az olyan hírnevtényezők fejlesztésével, mint az egyedi előnyön alapuló versenyképesség, a hitelesség, a láthatóság, az átláthatóság és a következetesség.

Tervező, döntés-előkészítő, szervező, irányító és ellenőrző munkavégzése során figyel a szervezeti célok megvalósítására, a munkatársai fejlesztésére és a szélesebb körű társadalmi, ágazati, regionális, nemzeti és európai értékekre (ide értve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is).

A kulturális különbségekből adódó feszültségek észlelése, és közvetítő magatartással történő szorgalmazása, a kölcsönös elfogadás előmozdítása.

A kulturális különbségek közötti közvetítés annak érdekében, hogy a munkavállalók ne a nyelvi és kulturálisan korlátozott információ alapján alkossanak ítéletet vagy hozzanak döntést. Szükség esetén munkatársait szembesítése azzal, hogy mekkora jelentősége van a nyelvi-kulturális identitást érintő alkufolyamatoknak a "saját" és az "idegen" kezelése során, ezzel az interkulturális csoportfolyamatok elősegítése.

Marketing ismereteit arra használja fel, hogy kritikusan meggyőződjön cége, szervezete munkáltatói márkaépítésének hitelességéről, javaslataival előmozdítsa a cég értékajánlatának kikristályosítását a legfontosabb érdekgyökér (leendő munkavállalók, munkavállalók, menedzsment, potenciális vevők)

irányába. Marketingkommunikációs ismeretei alapján belátása szerint azonosul a vállalati misszióval, majd lojális véleményformálóként maga is hasznosítja a megtanultakat abban a folyamatban, hogy a cég értékajánlatát közvetítse olyan hírnevtényezők kidomborításával, mint az egyedi előnyön alapuló versenyképesség, a hitelesség, a láthatóság, az átláthatóság és a következetesség.

autonómiája és felelőssége:

Elméleti szövegeket képes önállóan feldolgozni, azokat gyakorlati példákkal szemléltetni. Tudásának köszönhetően felelősebb és tudatosabb döntések meghozatalára lesz alkalmas.

Kialakított szakmai véleményét előre ismert döntési helyzetekben idegen nyelven önállóan képviseli Munkavégzéséért, leírt és kimondott szavaiért vállalja a felelősséget. Tisztában van vele, hogy nyelvi megnyilatkozásai, (ön)reflexiós képessége és kritikai gondolatainak megfelelő módon történő tálalása befolyásolja a közös munka sikerét. Felelősséggel tartozik egy csoport hatékony működéséért, felismeri a saját szerepét a csapatmunka sikerességének növelésében.

Hozzáállására és munkavégzésére jellemző, hogy szakmai kérdések megfogalmazásakor önállóan és felelősen tekintetbe veszi a gazdasági, társadalmi, ökológiai, kulturális következményeket. Felelősséget vállal saját munkájáért, az általa írásban megfogalmazott információkért. Önállóan azonosítja, tervezi és szervezi meg írásban a rá bízott üzleti feladatokat.

Kommunikációelméleti tudása képessé teszi az önfejlesztésre, önérvényesítésre, mások inspirálására, a szervezeti kultúra gondozására, a tudásmegosztásra; tevékenyen mozdítja elő a vállalati működés (teljesítmény, performance) perspektivikus fenntarthatóságát.

Felelősen dolgozik a vállalati munkafolyamatok szervezésén, megvalósításán, irányításán, megújításán; előmozdítja az etikus és átlátható vállalatkormányzást. Hozzáállására és munkavégzésére jellemző, hogy szakmai kérdések megfogalmazásakor önállóan és felelősen tekintetbe veszi a gazdasági, társadalmi, ökológiai, kulturális következményeket.

A szervezet belső és külső érintettjeinek együttműködési hajlandóságát ápolja, erősíti: építi és gondozza a vállalati hírnev olyan érzelmi tényezőit, mint amilyen a céghez kötődés, a bizalom, a tisztelet és az elismerésen alapuló márkacsodálat.

Szervezetpolitikai, stratégiai, irányítási szempontból jelentős területeken önállóan választja ki és alkalmazza a releváns problémamegoldói módszereket, önállóan lát el üzemgazdasági és szervezetiirányítási elemző, döntés előkészítő, tanácsadói feladatokat.

A kurzust elvégző hallgatókban erősítik azt a típusú hozzáállást, hogy szakmai kérdések megfogalmazásakor önállóan és felelősen vegyen tekintetbe a gazdasági, társadalmi, ökológiai és kulturális következményeket.

A mesterképzési szak szakmai jellemzői, a szakképzettséghez vezető szakterületek és azok kreditaránya, amelyből a szak felépül:

Német (vagy más idegen nyelvű) nyelvű országok ismeretek: 8 kredit

Szakmai nyelvi fejlesztés (angol/német/más idegen nyelv) ismeretek: 9 kredit

Szakmai német (vagy más idegen nyelvű) nyelvi képzés ismeretek: 14 kredit

Kultúra és menedzsment ismeretek: 30 kredit

Vállalatszervezeti ismeretek: 29 kredit

melynek része összefüggő szakmai gyakorlat: 10 kredit

A szakdolgozat vagy diplomamunka elkészítéséhez rendelt kreditek száma: 20 kredit

Szabadon választható tárgyak: 10 kredit

A szakmai gyakorlat és a gyakorlati képzés követelményei:

20 óra, intézményen kívüli, összefüggő szakmai gyakorlat egy nemzetközi vállalatnál.

Kód	Tantárgy neve	Óra	Teljesítés	Kredit	Előfeltétel	Félév
<i>Alapozó ismeretek (8 kredit)</i>						
BTVIM001MA	Nemzetközi kapcsolatok	2	koll	4	-	1
BTVIM002MA	Kulturális alapismeretek	2	koll	4	-	1
<i>Szakmai nyelvi felkészítés (23 kredit)</i>						
BTVIM003MA vagy BTVIM004MA	Nyelvgyakorlat 1. német vagy angol	2	gyj	3	-	1
BTVIM005MA vagy BTVIM006MA	Nyelvgyakorlat 2. német vagy angol	2	gyj	3	-	1
BTVIM007MA vagy BTVIM008MA	Nyelvgyakorlat 3. német vagy angol	2	gyj	3	-	1
BTVIM009MA	Üzleti soft skill tréning 1.	2	gyj	3	-	2
BTVIM010MA	Üzleti soft skill tréning 2.	2	gyj	3	-	3
BTVIM011MA	Üzleti írásbeli kommunikáció	2	gyj	4	-	2
BTVIM012MA	Tárgyalási technikák	2	gyj	4	-	2
<i>Kultúra és menedzsment (30 kredit)</i>						
BTVIM013MA	Kommunikáció a vállalati értékteremtésben	2	koll	4	-	3
BTVIM014MA	Kultúra és társadalom	2	gyj	3	-	3
BTVIM015MA	Az interkulturális kommunikáció alapjai	2	koll	4	-	3
BTVIM016MA	Interkulturális menedzsment	2	gyj	3	-	3
BTVIM017MA	Vezetési ismeretek	2	gyj	4	-	3
BTVIM018MA	Menedzsmentstratégiák gyakorlatban	2	koll	4	-	4
BTVIM019MA	Online kommunikáció	2	gyj	4	-	1
BTVIM020MA	Kommunikációmenedzsment	2	gyj	4	-	3
<i>Folyamatszervezési ismeretek (29 kredit)</i>						
BTVIM021MA	Marketing	2	koll	4	-	2
BTVIM022MA	Információmenedzsment	2	gyj	4	-	2
BTVIM023MA	A szolgáltatások koncepciói	2	koll	4	-	2
BTVIM024MA	Számvitel menedzsereknek	2	gyj	4	-	2

BTVIM025MA	Projektmenedzsment	2	gyj	3	-	4
BTVIM026MA	Szakmai gyakorlat	20	gyj	10	-	
<i>Diplomamunka, szabadon választható tárgyak és szakmai gyakorlat (30kredit)</i>						
BTVIM027MA	diplomamunka			20		
	szabadon választható			10		

* A Munkavédelem, valamint a Testnevelés tantárgyak kreditértéke 1-1 kredit, amelyek a szak képzési és kimeneti követelményében meghatározott, a végbizonyítvány megszerzéséhez szükséges kreditek száma fölött teljesítendőek.