



TANTÁRGYI ADATLAP

ONLINE MARKETING

BMEGT20ML78

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

ONLINE MARKETING

Azonosító

BMEGT20ML78

A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	2
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

Tanulmányi

teljesítményértékelés

(minőségértékelés)

típusa

vizsgaérdemjegy

Kreditszám

5

Tantárgyfelelős

<i>Neve</i>	<i>Beosztása</i>	<i>Email címe</i>
-------------	------------------	-------------------

Dr. Iványi Tamás	egyetemi adjunktus	ivanyi.tamas@gtk.bme.hu
------------------	--------------------	-------------------------

Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység

Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék

A tantárgy weblapja

<https://edu.gtk.bme.hu>

A tantárgy oktatásának nyelve

magyar - HU

A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: Marketing MSc 2019/20/1 félévtől

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: 3

Közvetlen előkövetelmények

Erős Nincs

Gyenge Nincs

Párhuzamos Nincs

Kizáró feltételek Nincs

A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2024.05.29.) az 580439/11/2024 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2024.05.29-től.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A tárgy célja: bemutatni az online és digitális eszközök működésének marketing feladatokhoz köthető alapvető elemeit. A tárgy anyagának a megismerése után a hallgató könnyen el tud igazodni az online világ számos marketing eszköze között; és azok működési mechanizmusát megérti, az eszközök használatát el tudja sajátítani. Az előadások során külön bemutatásra kerül az internet főbb összetevőinek az elmélete: a weboldalak tervezése, a keresőmotorok és a közösségi média működése és rendszere illetve az analitikai megoldások háttére. Az elméleti alapozás mellett a hallgatók megismerik a digitális jelenléttel rendelkező vállalkozások stratégiai és kommunikációs lehetőségeit.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Megérti az online marketing jelentőségét és változásait, különösen a Web fejlődésének kontextusában (Web 1.0-tól a Web 4.0-ig).
2. Ismeri az online tartalom csoportosítását és a tartalommarketing jelentőségét a digitális környezetben.
3. Tisztában van a digitális stratégia alkotásának alapjaival, beleértve a digitális életút és folyamattervezést.
4. Ismeri a marketingkörnyezet online és digitális marketingre ható legfontosabb trendjeit, különösen a technológia változásokat.
5. Ismeri az online marketing-mix főbb területeit, mint a hatékony weboldal tervezése, a keresőmotorok világa, keresőoptimalizálás és keresőmarketing, a közösségi média marketing, valamint a digitális termékek tervezését.

Képesség

1. Képes digitális stratégiát alkotni és implementálni, beleértve a weboldalak tervezését, mérését és optimalizálását.
2. Alkalmazni tudja a keresőoptimalizálás és keresőmarketing alapvető technikáit a vállalat online láthatóságának növelése érdekében.
3. Képes hatékony online kampányokat tervezni és végrehajtani a közösségi média és egyéb online platformokon.
4. Képes értékelni és alkalmazni a digitális marketing legújabb trendjeit és eszközeit.
5. Képes a fogyasztók életútjának különböző pontjaihoz digitális marketing eszközöket kapcsolni.

Attitűd

1. Nyitottság az új online marketing technológiák és trendek iránt.
2. Etikus hozzáállás az online kommunikáció és marketing gyakorlatokban.
3. Elkötelezettség a folyamatos tanulás és fejlődés iránt a gyorsan változó digitális környezetben.
4. Proaktív hozzáállás a digitális marketing kihívásainak és lehetőségeinek felismerésében.

Önállóság és felelősség

1. Önállóan képes digitális marketing stratégiákat fejleszteni és alkalmazni vállalkozások vagy projektek sikerének előmozdítása érdekében.
2. Felelősségteljesen kezeli a vállalat online jelenlétét, tudatosan alakítva annak hírnevét és kapcsolatát a fogyasztókkal.
3. Képes kritikusan értékelni és felelősen választani az online marketing eszközök és platformok között.
4. Önállóan tud egy agilis vállalkozásban dönteni a digitális marketinget érintő kérdésekről.

Oktatásmódszertan

Előadások, kommunikáció írásban és szóban, IT eszközök és technikák használata, opcionális önállóan és csoportmunkában készített feladatok, munkaszervezési technikák

Tanulástámogató anyagok

- Iványi T.: Online marketing, oktatási segédanyag, lecture notes, 2020
- Chaffey, D.: Digital marketing, 7th ed., Pearson, 2019
- Chaffey, D., Smith, PR.: Digital marketing excellence, 5th ed., Routledge, 2017
- Stokes, R.: emarketing, 10th ed., red and yellow, 2019
- Zimmerman, J. – Ng, D.: Social media marketing all-in-one, For Dummies, 2017
- További letölthető oktatási segédletek Material uploaded to the Moodle page of the course

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése év végi írásbeli teljesítménymérés (összegző tanulmányi teljesítményértékelés), illetve nem kötelező beadandó feladat alapján történik.

Teljesítményértékelési módszerek

A. Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: Részteljesítmény-értékelés (házi feladat): opcionálisan néhány fős csapatban beadható feladat, amelynek részleteit a félév elején a tanulmányi rendszerben (Moodle) hirdetjük meg, illetve az első előadáson mutatjuk be. B. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés A vizsga elemei: Írásbeli teljesítményértékelés: mely az elsajátított online marketing eszközök, stratégiák és elméletek gyakorlati használatára fókuszál. Két részből áll: egy rövidebb teszt illetve egy hosszabb esettanulmány jellegű feladatsorból.

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- Részteljesítmény-értékelés (házi feladat): 100
- összesen: 100

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- vizsgaidőszakban végzett írásbeli teljesítményértékelés: 100
- Részteljesítmény-értékelés (házi feladat): 15
- összesen: 100

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

A levelező képzésben az aláírás megszerzésének nincsen feltétele.

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	90
Jeles	87,5–89,5
Jó	75–87
Közepes	62–74,5
Elégséges	50–61,5
Elégtelen	0–49,5

Javítás és pótlás

1. A teljesítményértékelésekhez nem tartozik évközi követelmény. 2. A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés javítása és pótlása a TVSZ szerint történik. 3. Az opcionális házi feladat, mivel az érdemjegy meghatározásánál a 100% feletti részhez tartozik, ezért nem pótolható, nem halasztható, a beadási határidő és a feladat ismertetése a félév elején kerül meghirdetésre.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	24
beadandó házi feladat elkészítése	10
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	60
vizsgafelkészülés	56
összesen	150

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőlet véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2024. 05.06-án. Érvényes 2024.05.06-tól.

III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

A félévben sorra vett témák

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények eléréséhez a tantárgy a következő tematikai blokkokból áll. Az egyes félévekben meghirdetett kurzusok sillabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok szerint.

- 1 Az online és digitális marketing alapjai, alapfogalmai
- 2 A digitális világ aktuális trendjei
- 3 Az online marketingben használt stratégiai lehetőségek – tartalomtervezés
- 4 Az online tér technológiai működése
- 5 A weboldalak tervezése, UX tervezés, üzemeltetés
- 6 Az analitika és a mérési megoldás az online térben
- 7 A keresőmotorok működése és az ezekre épülő marketingtevékenységek
- 8 SEO és SEM eszközök használata és analitikája
- 9 A közösségi média felépítése, elemei és marketingeszközei
- 10 Videós kommunikáció, helyi vállalkozások, webshopok üzemeltetése és további terület-specifikus eszközök áttekintése

További oktatók

Dr. Iványi Tamás egyetemi adjunktus ivanyi.tamas@gtk.bme.hu

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Tantárgyi adatlap I. és II. részén túli III. részét az érintett szak(ok) szakfelelőse(i)vel való egyeztetés alapján az 1.8. pontban megjelölt Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék vezetője hagyja jóvá.