



# **TANTÁRGYI ADATLAP**

## **Digitális marketingstratégia**

**BMEGT20MS51004**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

Digitális marketingstratégia

### Azonosító

BMEGT20MS51004

### A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	1
Gyakorlat	1
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

ivanyi.tamas@gtk.bme.hu

### A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: Marketingstratégia és -innováció mesterszak MSc

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

---

### Közvetlen előkövetelmények

*Erős* Nincs

*Gyenge* Nincs

*Párhuzamos* Nincs

*Kizáró feltételek* Nincs

### A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2026.05.27.) az 580389/21/2026 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2026.05.27-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 és a gyakorlatok során a hallgatók a legmodernebb marketingeszközöket támogató technológiákkal és koncepciókkal ismerkednek meg, hogy könnyen tudjanak adaptálódni az új kihívásokhoz.

### Tanulmányi eredmények

Tudás

1. A hallgató ismeri a digitális marketing legfontosabb eszközeit, platformjait és azok működési mechanizmusait.
2. A hallgató tisztában van az online marketing stratégiák tervezésének és megvalósításának elméleti alapjaival.
3. A hallgató tudással rendelkezik a digitális marketinget megalapozó legkorszerűbb technológiákról és koncepciókról.

Képesség

1. A hallgató képes eligazodni az online világ marketing eszközei között, és azokat gyakorlati feladatok megoldása során alkalmazni.
2. A hallgató képes digitális marketingstratégiák megtervezésére és a megfelelő eszközök kiválasztására adott üzleti célok elérése érdekében.
3. A hallgató képes az újonnan megjelenő digitális marketing trendekhez és technológiákhoz való gyors és hatékony alkalmazkodásra.

Attitűd

1. A hallgató nyitottan és kritikusan szemléli a digitális marketing folyamatosan változó eszközeit és trendjeit.
2. A hallgató törekszik a digitális marketing legjobb gyakorlatainak megismerésére és tudatos, etikus alkalmazására.
3. A hallgató fogékony az innovatív megközelítések és az új technológiák marketing célú felhasználásának lehetőségeire.

Önállóság és felelősség

1. A hallgató felelősséggel alkalmazza a digitális marketing eszközöket, figyelembe véve az adatvédelmi és etikai szempontokat.
2. A hallgató tudatosan törekszik arra, hogy marketingtevékenysége a fogyasztók és a társadalom számára is értéket teremtsen.
3. A hallgató vállalja a felelősséget az általa tervezett és megvalósított digitális marketing döntésekért és azok következményeiért.
4. A hallgató önállóan képes digitális marketing feladatok azonosítására, elemzésére és megoldási javaslatok kidolgozására.
5. A hallgató önállóan tájékozódik a digitális marketing szakirodalmában és az iparági újdonságokban.
6. A hallgató képes önállóan értékelni és fejleszteni saját digitális marketing kompetenciáit a folyamatos szakmai megújulás érdekében.

### Oktatásmódszertan

Előadások és gyakorlatok, amelyek során elméleti modelleket, új technológiákat és azok adaptálását ismerjük meg interaktív formában. A gyakorlatok során esettanulmányokat és szituációkat elemezünk és fogalmazzunk meg javaslatokat. A cél, hogy a hallgató digitális stratégiai gondolkodását fejlesszük az órákon.

### Tanulástámogató anyagok

- Előadások diasorai, jegyzetanyag és esettanulmányok - Presentation slides, lecture notes, and case studies
- Chaffey, D. – Ellis-Chadwick, F. – AbedRabbo, M.: Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 9. kiadás, Pearson, 2025
- Corcoran, A.: Integrated Digital Marketing in Practice, 1. kiadás, Cambridge University Press, 2023
- Zahay, D. – Labrecque, L. – Reavey, B. – Roberts, M. L.: Digital Marketing: Foundations and Strategy, 5. kiadás, Cengage Learning, 2024

# 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 egy kötelező beadandó feladat alapján történik.

### Teljesítményértékelési módszerek

A. Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: Részteljesítmény-értékelés (házi feladat): a félév elején meghirdetett beosztás szerint a félév végén beadandó és bemutatandó feladat, amelyre megfelelt vagy nem megfelelt osztályzatot kap a hallgató. A megfelelés az aláírás feltétele. Ha a hallgató időben beadja és az megfelelt állapotú, akkor 30 pontot kap a vizsgában. Pótbeadás esetén megfelelt esetben 15 pontot kap a vizsgához. B. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés

A vizsga elemei: Írásbeli teljesítményértékelés: mely az elsajátított digitális marketing eszközök, stratégiák és elméletek gyakorlati használatára fókuszál. 70 pontot ér.

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- részteljesítmény-értékelés: 100
- összesen: 100

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- összegző teljesítmény értékelés: 70
- a szorgalmi időszakban végzett teljesítmény: 30
- összesen: 100

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

A hallgató az aláírást a szorgalmi időszakban elvégzendő részteljesítmény-értékelésre kapja meg, amennyiben a feladat megfelelt értékelést kap.

### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	90
Jeles	87-89
Jó	75-86
Közepes	62-74
Elégéséges	50-61
Elégtelen	0-49

### Javítás és pótlás

A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés javítása és pótlása a TVSZ szerint történik. A félévközi házi feladat egyszer pótolható vagy javítható a beadási határidő után. Ebben az esetben 15 pont jár érte a vizsgán, ilyen formában a pótlás esetén a 100-ból maximum 85 pont szerezhető a tantárgy teljesítésekor.

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	24
beadandó házi feladat elkészítése	40
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	20
vizsgafelkészülés	56
összesen	150

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőt véleményezése után jóváhagyta dr. Szandi-Varga Péter oktatási dékánhelyettes 2026.05.04-én. Érvényes 2026.05.04-től.

# 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 A digitális marketing alapjai és ökoszisztémája
- 2 Digitális fogyasztói magatartás és online vásárlói útvonal
- 3 Digitális marketingstratégia tervezése és keretrendszerei
- 4 Digitális marketingcsatornák stratégiai alkalmazása
- 5 Keresőmarketing, tartalommarketing és közösségi média
- 6 Digitális analitika, mérés és AI-alapú automatizálás

### További oktatók

### 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.