TANTÁRGYI ADATLAP

Digitális marketingstratégia

BMEGT20MS51004

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve
Digitális marketingstratégia

Azonosító	BMEGT20MS51004

A tantárgy jellege
kontaktórás tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

Típus	*óraszám*
Előadás	1
Gyakorlat	1
Laboratórium	0

Tanulmányi teljesítményértékelés (minőségértékelés) típusa
vizsgaérdemjegy

Kreditszám
5

Tantárgyfelelős

Neve	*Beosztása*	*Email címe*
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 fogalmazunk 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
Elégséges	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 Képviselet 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.