



SUBJECT DATASHEET

ONLINE MARKETING

BMEGT20ML78

I. SUBJECT DESCRIPTION

1. SUBJECT DATA

Subject name

ONLINE MARKETING

ID (subject code)

BMEGT20ML78

Type of subject

contact lessons

Course types and lessons

<i>Type</i>	<i>Lessons</i>
Lecture	2
Practice	0
Laboratory	0

Type of assessment

exam grade

Number of credits

5

Subject Coordinator

<i>Name</i>	<i>Position</i>	<i>Contact details</i>
-------------	-----------------	------------------------

Kovács István	senior lecturer	kovacs.stefan@gtk.bme.hu
---------------	-----------------	--------------------------

Educational organisational unit for the subject

Department of Management and Business Economics

Subject website

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

Language of the subject

magyar - HU

Curricular role of the subject, recommended number of terms

Programme: **Marketing MSc from 2019/20/Term 1**

Subject Role: **Compulsory**

Recommended semester: **3**

Direct prerequisites

Strong None

Weak None

Parallel None

Exclusion None

Validity of the Subject Description

Approved by the Faculty Board of Economic and Social Science (27.05.2020) with the 14th decision on the 580456/2/2020 registration number that is valid from 27.05.2020.

2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

Objectives

The aim of the course is to present the basic elements of the operation of online and digital devices that can be related to marketing tasks. After learning the subject material, the student can easily navigate through the many marketing tools of the online world; and understands their mechanism of action, can master the use of tools. During the lectures, the theory of the main components of the Internet will be presented separately: the design of websites, the operation and system of search engines and social media, and the background of analytical solutions. In addition to the theoretical foundation, students learn about the strategic and communication opportunities of businesses with a digital presence. In the last part of the subject, students can also learn the basics of the practical operation of the tools and platforms related to the theory in the field of website operation, advertising management and search engine optimization and analytics.

Academic results

Knowledge

1. Know the concepts and components of the field of online marketing and their connection system.
2. Know the operating principles, grouping and theoretical background of online marketing tools.
3. Know well the vocabulary of the field of online marketing and the peculiarities of written and spoken language communication its most important forms, methods, and techniques in its mother tongue and in a foreign language.
4. Know how online marketing relates to other areas of marketing.

Skills

1. Formulate independent new conclusions, original ideas and solutions, are able to apply demanding analysis and modeling methods, to develop strategies for solving complex problems, to make decisions, in a changing domestic and international environment, as well as in an organizational culture.
2. Are able to perform a detailed analysis of the various ideas that make up the knowledge system of the field of marketing, and to formulate the comprehensive and special connections.
3. Are able to identify special professional problems with a multifaceted, interdisciplinary approach, as well as to explore and formulate the detailed theoretical and practical background needed to solve them.
4. Use the knowledge transfer techniques of the marketing field at a high level and processes the publication sources in Hungarian and foreign languages.
5. Develop an individual position based on their own analysis, defends it in debate, and are able to develop strategies for solving complex problems, to plan the solution and to make decisions.
6. Are able to prepare independent analyzes and presentations for management bodies.

Attitude

1. Are critical of their own and subordinates' work and behavior, shows innovative and proactive attitude in dealing with online marketing problems. Open and inclusive of new results, tools and methods of online marketing.
2. Authentically convey the high-level and detailed problems of their profession.
3. Seek to make decisions on the planning and implementation of online marketing in full-fledged strategic decision-making situations, as well as in unexpected life situations, which require a new, complex approach.

Independence and responsibility

1. Independently select and applies the relevant problem-solving methods in areas of organizational policy, strategy and management, independently performs tasks related to online marketing.
2. Take responsibility for his own work, for the organization she manages, for her business, for her employees.
3. Independently represent the professional opinion of established marketing in known decision-making situations. They also take responsibility for their environmental and social impacts in new, complex decision-making situations. Once in a professional work community, they are able to perform and manage complex tasks in accordance with the professional expectations there.

Teaching methodology

Lectures, written and oral communication, using of IT equipment and techniques, optional homework and group assignments, work organization techniques

Materials supporting learning

- Iványi T.: Online marketing, oktatási segédanyag, lecture notes, 2020
- Chaffey, D.: Digital marketing, 7th ed., Pearson, 2019
- Chaffey, D., Smith, P.R.: 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. SUBJECT REQUIREMENTS

TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

General Rules

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

Performance assessment methods

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) hirdetünk meg, illetve az első előadáson mutatunk 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.

Percentage of performance assessments, conducted during the study period, within the rating

- vizsgaidőszakban végzett írásbeli teljesítményértékelés: 100%
- Részteljesítmény-értékelés (házi feladat): 20%
- összesen: 120%

Percentage of exam elements within the rating

Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

Issuing grades

Excellent	90
Very good	87,5–90
Good	75–87
Satisfactory	62–74,5
Pass	50–61,5
Fail	50

Retake and late completion

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.

Coursework required for the completion of the subject

részvétel a kontakt tanórákon	12×2=24
beadandó házi feladat elkészítése	30
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	40
vizsgafelkészülés	56
összesen	150

Approval and validity of subject requirements

III. COURSE CURRICULUM

THEMATIC UNITS AND FURTHER DETAILS

Topics covered during the term

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények eléréséhez a tantárgy a következő tematikai blokkokból áll. Az egyes félévekben meghirdetett kurzusok syllabuszaiban 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 területspecifikus eszközök áttekintése

Additional lecturers

Iványi Tamás egyetemi tanársegéd ivanyi.tamas@gtk.bme.hu

Approval and validity of subject requirements