



TANTÁRGYI ADATLAP

ONLINE MARKETING

BMEGT20ML78

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

ONLINE MARKETING

Azonosító

BMEGT20ML78

A tantárgy jellege

kontaktórás tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

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

Tanulmányi

teljesítményértékelés

(minőségértékelés)

típusa

vizsgaérdemjegy

Kreditszám

5

Tantárgyfelelős

Neve *Beosztása* *Email címe*

Kovács István mesteroktató kovacs.stefan@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 (2020.05.27) az 580456/2/2020 iktatószámon hozott 14. számú határozatával, amely érvényes 2020.05.27.

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 háttere. Az elméleti alapoza mellett a hallgatók megismerik a digitális jelenléttel rendelkező vállalkozások stratégiai és kommunikációs lehetőségeit. A tárgy utolsó részében az elmélethez kapcsolódó eszközök, platformok gyakorlati működésének alapjait is elsajátíthatják a hallgatók a weboldalak üzemeltetése, hirdetések kezelése illetve keresőoptimalizálás és analitika témakörében.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Ismeri az online marketing szakterületének fogalmait, összetevőit és azok kapcsolódási rendszerét.
2. Ismeri az online marketing eszközök működési elveit, csoportosítását és elméleti hátterét.
3. Jól ismeri az online marketing szakterülete szókincsét és az írott és beszélt nyelvi kommunikáció sajátosságait: legfontosabb formáit, módszereit, és technikáit anyanyelvén és egy idegen nyelven.
4. Ismeri az online marketing többi marketing területhez való kapcsolódását.

Képesség

1. Önálló új következtetéseket, eredeti gondolatokat és megoldási módokat fogalmaz meg, képes az igényes elemzési, modellezési módszerek alkalmazására, komplex problémák megoldására irányuló stratégiák kialakítására, döntések meghozatalára, változó hazai és nemzetközi környezetben, illetve szervezeti kultúrában is.
2. Képes elvégezni a marketing szakterülete ismeretrendszerét alkotó különböző elképzelések részletes analízisét, és az átfogó és speciális összefüggéseket szintetizálva megfogalmazni.
3. Képes sokoldalú, interdiszciplináris megközelítéssel speciális szakmai problémákat azonosítani, továbbá feltárni és megfogalmazni az azok megoldásához szükséges részletes elméleti és gyakorlati hátteret.
4. Magas szinten használja a marketing szakterület ismeretkövetítési technikáit, és dolgozza fel a magyar és idegen nyelvű publikációs forrásait.
5. Saját elemzésen alapuló egyéni álláspontot alakít ki és azt vitában is megvédi és képes komplex problémák megoldására irányuló stratégiák kialakítására, a megoldás megtervezésére, döntések meghozatalára.
6. Képes vezetői testületek számára önálló elemzések és előterjesztések készítésére.

Attitűd

1. Kritikusan viszonyul saját, illetve a beosztottak munkájához és magatartásához, innovatív és proaktív magatartást tanúsít az online marketing problémák kezelésében. Nyitott és befogadó az online marketing új eredményei, eszközei, módszerei iránt.
2. Hitelesen közvetíti szakmája összefoglaló és részletezett problémaköreit.
3. Új, komplex megközelítést kívánó, stratégiai döntési helyzetekben, illetve nem várt élethelyzetekben is törekszik a jogszabályok és etikai normák teljeskörű figyelembevételével dönteni az online marketing tervezés és megvalósítás kérdéseiben.

Önállóság és felelősség

1. Szervezet-politikai, stratégiai, irányítási szempontból jelentős területeken is önállóan választja ki és alkalmazza a releváns problémamegoldási módszereket, önállóan lát el online marketinghez kötődő feladatokat.
2. Felelősséget vállal saját munkájáért, az általa irányított szervezetért, vállalkozásáért, az alkalmazottakért.
3. Kialakított marketing szakmai véleményét előre ismert döntési helyzetekben önállóan képviseli. Új, komplex döntési helyzetekben is felelősséget vállal azok környezeti és társadalmi hatásaiért. Egy szakmai munkaközösségbe kerülve képes az ottani szakmai elvárásoknak megfelelően összetett feladatok elvégzésére, illetve irányítására.

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, 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. 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 beadandók 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) 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.

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

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

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Érdemjegy-megállapítás

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

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

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőt véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2019.-n, érvényes 2019. -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 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

További oktatók

Iványi Tamás egyetemi tanársegéd 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.