

Tárgytematika / Course Description

Marketing tervezés az interneten

KGLS_MMTM132

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Dernóczi-Polyák Adrienn

Félév / Semester: 2022/23/2

Beszámolási forma /

Assesment: Folyamatos számonkérés

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 12/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A kurzuson iránymutatást kapnak a résztvevők arra, hogy milyen online marketingeszközökhöz és platformokhoz nyúljanak marketing céljaik eléréséhez, megismerkednek a legújabb online marketing trendekkel, valamint vezető márkák által létrehozott bestpractice-eken keresztül inspirálódhatnak saját kampányaik kidolgozásához.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

- 1.hét Online marketingtervezés fogalma, folyamata, marketingterv általános felépítése
- 2.hét Inbound vs. outbound marketing eszközök
- 3.hét Online versenytárs- és helyzetelemzés
- 4.hét Buyer persona megalkotása
- 5.hét Online marketing célok
- 6.hét Média- és tartalomtervezés, KPI-ok
- 7.hét Influencer marketing
- 8.hét Integrált marketingkommunikáció, avagy online & offline kapcsolata
- 9.hét Vállalat és ügynökségei
- 10.hét Marketing trendek, előrejelzések
- 11.hét Toolok, tippek, hasznos felületek
- 12.hét Kampánytervezés a gyakorlatban

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Marketing terv elkészítése, s annak szóbeli prezentálása

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom

Ajánlott irodalom

Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadvic (2019): Digital Marketing, Seventh Edition, Pearson

Bernadette Jiwa (2014): Marketing a love story, E-book, Australia, Seth Godin (2018): Na ez már marketing, HVG Kiadó Zrt, Budapest

Keszey Tamara, Gyulavári Tamás (2016): Marketingtervezés, Akadémiai Kiadó, Budapest