

## Tárgytematika / Course Description

### Webanalitika

KGLS\_MMTM133

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Kurucz Attila

Félév / Semester: 2021/22/2

Beszámolási forma /

Assesment: Folyamatos számonkérés

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 9/0/0

---

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

Rengeteg csatornán tudunk hirdetni. Google, Insta, Facebook, Youtube, Hírlevelek és már érkeznek a következő hirdetési platformok hazánkba is, mint például a LinkedIn, Tiktok. De mi történik amint egy ember megérkezik a hirdetés után a weboldalra? Egyáltalán honnan jöttek a weboldalra? kik ők, s mit csinálnak a weboldalamon?

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

- 1.hétWebanalitika felértékelődése a világban.
- 2.hétWebanalitikai eszközök az online térben
- 3.hétGoogle analitika általánosan
- 4.hétMérési KPI-ok meghatározása
- 5.hétGoogle analytics I
- 6.hétGoogle analytics II
- 7.hétGoogle analytics III
- 8.hétTagmanager, kódok világa
- 9.hétEcommerce mérések
- 10.hétAnalytics, és a többi rendszer összekötése,UTM
- 11.hétSearch console bemutatása
- 12.hétSMART célok, buyer persona
- 13.hétMérési terv összeállítása
- 14.hétAlternatív mérések világában.

---

### SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESMENT'S METHOD

Beadandó Projekt munka (20%), Írásbeli vizsga (80%)

---

### KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom

Justin Cutroni: Google Analytics. O'Reilly Media; Second edition, 2015.

#### Ajánlott irodalom

Daniel S. Janal: Online marketing kézikönyv. BAGOLYVÁR KÖNYVKIADÓ KFT. 2002.

Baranyai Örs - Farkas Bálint - Kovács László: Oszd meg és uralkodj! - Social media marketing félrebeszélés nélkül. Follow Marketing Kft., 2021