

Tárgytematika / Course Description

Webanalitika

KGLS_MMTM133

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Kurucz Attila

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.): 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.hét Webanalitika felértékelődése a világban.
- 2.hét Webanalitikai eszközök az online térben
- 3.hét Google Analyticsről általánosan
- 4.hét Mérési KPI-ok meghatározása
- 5.hét Google analytics I
- 6.hét Google analytics II
- 7.hét Google analytics III
- 8.hét Tagmanager, kódok világa
- 9.hét Ecommerce mérések
- 10.hét Analytics, és a többi rendszer összekötése, UTM
- 11.hét Search console bemutatása
- 12.hét SMART célok, buyer persona
- 13.hét Mérési terv összeállítása
- 14.hét Alternatív mérések világában.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'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