

Tárgytematika / Course Description

Online piac és Online stratégia

KGLS_MMTM136

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2021/22/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 18/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

Egy vállalat online megjelenése sok esetben online piac- és közvéleménykutatással kezdődik. Ha megvannak a kezdeti irányok, akkor megtervezhető, hogy az adott termék vagy szolgáltatás mikor, milyen médiumokban jelenjen meg.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

- 1.hét Bevezetés, az online piac
- 2.hét Online vs Offline értékesítés
- 3.hét E-kereskedelem
- 4.hét Online piackutatás
- 5.hét Az online vásárlók típusai
- 6.hét E-kereskedelem - B2C
- 7.hét E-kereskedelem - B2B
- 8.hét Esetpéldák
- 9.hét Bevezetés, az online stratégia
- 10.hét Környezetelemzés, szegmentáció
- 11.hét Stratégia I.
- 12.hét Pozicionálás
- 13.hét Marketingmix
- 14.hét Esetpéldák

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Beadandó feladat (40%), Évközi feladat (30%), Írásbeli vizsga (30%)

A foglalkozásokon kötelező a részvétel. Megengedett 3 hiányzás. Az aláírást az ennek eleget tevő hallgatók kaphatják meg.

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom

Wolf Gábor (2020): Kisvállalati marketing Biblia, MC Systems, Budapest

Ajánlott irodalom

Gál Kristóf (2016): Látogatókból vevőt - avagy hogyan építs egyszerű módszerekkel bevételtermelő gépezetet, Klikkmarketing Bt.