

## Tárgytematika / Course Description

### E-marketing

KGNB\_MMTM004

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Élő Gábor

**Félév / Semester:** 2018/19/2

**Beszámolási forma /**

**Assesment:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám /**

**Teaching hours(week):** 2/0/0

**Tárgy féléves óraszám /**

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

---

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

Az e-marketing mindazon marketingeszközök gyűjtőfogalma, amelyek tartalma személyre szóló (egyénekre, esetleg szűk csoportokra szabott), formájuk interaktív, és hatékonyságuk mérhető. A tantárgy az e-marketing alapkérdéseitől indulva, az adatbázis-építés, kreativitás, stratégiatervezés elemeit lokális és regionális szempontból elemezve és esettanulmányokat bemutatva ismerteti meg a hallgatókkal a napi gyakorlatban is jelentős témakört.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

Az e-marketing mint a marketingeszközök gyűjtőfogalma

Az e-marketing megismerése:

- e-price
- e-promotion
- e-product
- e-place

A hagyományos és az e-üzlet viszony, összehasonlítása

Új technológiák az e-marketingben

Az e-marketing jövőképe

---

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

A tárgyból írásbeli vizsga tehető a tanulmányi és vizsgaszabályzat szerint.

Megajánlott jegy megszerzése lehetsége zárthelyi dolgozat és/vagy egyéni feladatmegoldással, melyekből megszerzett részjegyek számtani átlaga adja a megajánlott jegyet.

---

### KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

STRAUSS-FROST: E-marketing, Pearson, Boston, 2012

TAPP: Direkt&adatbázis marketing, Műszaki Könyvkiadó, Bp, 1999

Ajánlott irodalom:

BIRD: Commonsense Direct&Digital Marketing, Kogan Page, London, 2010

CHAFFEY(szerk.): Internet Marketing, Prentice Hall, Essex, 2009

LITTLE-MARANDI: Kapcsolati marketing, Akadémiai Kiadó, Bp, 2008

RYAN-JONES: Understanding digital marketing, Kogan Page, London, 2010