

Tárgytematika

Direkt marketing módszerek

LGM_SV018_1

Tárgyfelelős neve: dr. Élő Gábor

Félév: 2014/15/1

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 0/0/0

Tárgy féléves óraszám: 15/0/0

OKTATÁS CÉLJA

A direkt marketing mindazon marketingeszközök gyűjtőfogalma, amelyek tartalma személyre szóló (egyénekre, esetleg szűk csoportokra szabott), formájuk interaktív, és hatékonyságuk mérhető. A tantárgy a direkt 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. Az előadásokat laborgyakorlatok egészítik ki, így a hallgatók azonnal használható ismereteket kaphatnak.

TANTÁRGY TARTALMA

| Időszak | A feldolgozandó tananyag témája |
|---------|---|
| 1. hét | Bevezetés |
| 2. hét | A direktmarketing és az adatbázis-marketing alapfogalmai - A direktmarketing elterjedésének története |
| 3. hét | A gyűjtendő adatok – Adatforrások - Az adatbázis karbantartása |
| 4. hét | A direktmarketing jogi korlátai |
| 5. hét | Az adatbázisok használata - Szegmentálási alkalmazások adatbázis-marketingesek számára - Analitikai módszerek |
| 6. hét | A direktmarketing-célok meghatározása - A direktmarketing-stratégia kialakítása |
| 7. hét | A direktmarketing-stratégiát érő hatások - A direktmarketing-stratégiák megvalósítása |
| 8. hét | Ajánlatok és ösztönzők meghatározása |
| 9. hét | Programok a meglévő fogyasztóknak |
| 10. hét | Új fogyasztók megnyerésére irányuló programok |
| 11. hét | A médiumválasztást befolyásoló tényezők - Az egyes médiumok jellemzői |
| 12. hét | A kreatív gyakorlat bemutatása - A kreatív gyakorlat stratégiai mozgatórugói |
| 13. hét | Direktmarketing-programok költségvetési kérdései |
| 14. hét | Piackutatás a direktmarketingben |

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

Zárthelyi, vizsga

Írásbeli vizsga: 100%

Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

| | |
|---------------|-----------|
| 0 - 60 pont | elégtelen |
| 61 - 75 pont | elégséges |
| 76 - 80 pont | közepes |
| 81 - 90 pont | jó |
| 91 - 100 pont | jeles |

KÖTELEZŐ IRODALOM

Kötelező irodalom:

Alan Tapp: Direkt és adatbázis-marketing, Akadémiai Kiadó, 1999

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Hoffmann Istvánné: Direkt és interaktív marketing, Bagolyvár Könyvkiadó, 2005

Edward Nash: Direct marketing – strategy, planning, execution. McGraw-Hill, 2000