

Tárgytematika

Digitális marketing

NGM_SV046_1

Tárgyfelelős neve: dr. Ercsey Ida

Félév: 2014/15/1

Beszámolási forma: Folyamatos számonkérés

Tárgy heti óraszám: 2/2/0

Tárgy féléves óraszám: 0/0/0

OKTATÁS CÉLJA

A tárgy célja, hogy a hallgató képessé váljon az online és a digitális környezet jelentette marketing kihívások megértésére, ezek stratégiai megközelítésére. Az oktatás során fontos szerepet kap a problémamegoldás gyakorlása, az elemzőkészség fejlesztése, a tervezési módszerek, és a prezentálási technikák elsajátítása csoportos gyakorlati feladatokon keresztül.

TANTÁRGY TARTALMA

Hét	Tananyag
1.	Digitális gazdaság kialakulása, fogalma, elemei
2.	Üzleti modellek
3.	Elektronikus értékesítési rendszerek jellemzői, elemei
4.	Lakossági elektronikus kereskedelem (B2C)
5.	Lakossági elektronikus kereskedelem (B2C)
6.	Vállalkozói e-kereskedelem (B2B)
7.	Az e-kereskedelem infrastrukturális háttere, az e-kereskedelem biztonsági kérdései
8.	Online fogyasztói magatartás
9.	A fogyasztói döntési folyamat online környezetben
10.	Az online fogyasztók szegmentálása, personalizáció
11.	A kommunikáció elméleti háttere, online reklám
12.	Az online marketingkommunikáció eszköztára, hatékonysága
13.	Keresőgép – marketing. SEO
14.	Új trendek az online üzleti életben

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

A féléves aláírás feltétele: a gyakorlatokon való részvétel és a házi dolgozat időben történő leadása

Házi dolgozat: 40 pont

Prezentáció: 10 pont

Zárthelyi: 50 pont(min. 26 pont kell az érvényes jegyhez)

Gyakorlati jegy

Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

0 - 50 pont elégtelen
51 - 66 pont elégséges
67 - 80 pont közepes
81 - 90 pont jó
91 - 100 pont jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM

Kötelező irodalom:

1. Eszes István: Digitális gazdaság, Az e-kereskedelem marketinges szemmel, Nemzeti Tankönyvkiadó, 2011.

Ajánlott irodalom:

1. Riedl, J.-Konstan, J.-Majó Z.-Révész, B.: Szájtpropaganda, KJK-KERSZÖV, Budapest, 2004.