

Tárgytematika / Course Description

Direct Marketing Methods

NGM_SV118_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Élő Gábor

Félév / Semester: 2013/14/1

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 2/2/0

Tárgy féléves óraszám /

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

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

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 / DESCRIPTION

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 / ASSESSMENT'S METHOD

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 / OBLIGATORY MATERIAL

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