



---

Képzés: Kereskedelem és marketing

Tételek: Digitális marketingkommunikáció specializáció

---

1. Az adat fogalma, az adat és az információ közötti különbségek, az adatelemzés lehetőségei és formái, adatfeldolgozáshoz használt szoftverek (Excel, Power BI, Tableau stb.)
2. Direktmarketing: a direkt marketing múltja és jelene, a DM eszközei, az adatbázis jelentősége, tisztasága, hasznosíthatósága a fogyasztói (B2C) és a business-to-business (B2B) területen. A DM és az adatvezérelt marketing kapcsolata
3. A B2B és a B2C marketing lényege, a köztük lévő különbségek ismertetése, a B2B és a B2C piac sajátosságai, jellemzői, különbözőségei. A B2B és a B2C értékesítés közötti különbségek és sajátosságok
4. Kapcsolati marketing és Customer Relationship Management: A kapcsolati marketing és a CRM főbb különbségei, előnyei, helye és szerepe a vállalati stratégiában, ügyfélorientáció, vevőérték meghatározás. A Key Account Management működése
5. A marketing értékesítéstámogató eszközei, módszerei
6. Piaci adatelemzések, külső és belső adatok elérhetősége, elemzési lehetőségei (KSH, Eurostat, SWOT, BCG, McKinsey-GE Matrix, belső adat lehetőségek)
7. Vásárolt szekunder és primer piaci adatok típusai. (Nielsen, Háztartáspanel, Brand Tracking, TGI, saját kutatások stb)
8. Hagyományos média eszközök adatainak forrásai, eszközei, mérési módszerei
9. Online média eszközök adatainak mutatói, forrásai. KPI-ok a különböző online eszközöknél
10. Online és social media csatornák adatainak forrásai, eszközei, mérési módszerei
11. Az online marketing fogalma, helye a marketingkommunikációs stratégiában. Az online marketing alkalmazásának előnyei, online vásárlási döntési folyamat. Digitális marketing trendek
12. Az online marketing stratégia fogalma, készítésének lépései. Saját, szerzett és fizetett média eszközök jellemzői (POE-elv)
13. Az online marketing eszközei (jellemzők, előnyök, hátrányok)
14. Célcsoport-elemzés a digitális marketingben (buyer persona). A célcsoportok fajtái, meghatározása, szegmensképző ismérvek
15. A hatékony weboldal jellemzői, követelményei. A weboldal tartalmi és formai felépítése
16. A tartalommarketing és a hatékony szövegírás követelményei. A tartalomkészítés folyamata, a tartalom-típusok jellemzői és alkalmazásuk
17. Az influencer-marketing fogalma, jellemzői, alkalmazásának lehetőségei. Influencerek csoportosítása, az influencer együttműködések előnyei, hátrányai
18. A fizetett hirdetések jellemzői, működése. A fizetett hirdetések alkalmazásának előnyei, hátrányai. Hirdetési platformok. Az A/B tesztelés jelentése és működése
19. A keresőoptimalizálás fogalma, alapelemei, stratégiája. A keresőoptimalizálás előnyei, hátrányai. Kulcsszókutatás és tartalomkészítés keresőoptimalizálási szempontból
20. Az értékesítési tölcser (sales funnel) jelentése, szakaszai és felépítése. Az értékesítési tölcser szakaszaiban alkalmazott online marketing eszközök