



## RÉVÉSZ BALÁZS ONLINE MARKETING

Online reklámozás

### KULCSFOGALMAK

display hirdetés, keresőhirdetés  
(search hirdetés),  
keresőoptimalizálás (SEO), listing  
hirdetés, emailmarketing

OLVASÁSI IDŐ  
4 PERC

### OLVASÓLECKÉK

[https://mersz.hu/dokumentum/dj107ouem\\_141/](https://mersz.hu/dokumentum/dj107ouem_141/)

[https://mersz.hu/hivatkozas/dj107ouem\\_188#dj107ouem\\_188](https://mersz.hu/hivatkozas/dj107ouem_188#dj107ouem_188)

Olvasólecke: Berényi Konrád (2011): kommunikációs eszközök, technikák, in: Bányai Edit – Novák Péter (szerk): Online üzlet és marketing, Akadémiai Kiadó

Berényi Konrád (2011): Keresőmarketing, in: Bányai Edit – Novák Péter (szerk): Online üzlet és marketing, Akadémiai Kiadó

Bár az online kommunikáció terén a trendek azt mutatják, hogy **felértékelődik az Earned és a Shared média szerepe**, de az **integrált kommunikáció sikere még mindig nagyban múlik azon, hogy a vállalat milyen tartalmakat tesz közzé a saját felületein** (Owned média) és hogy miképpen tereli az érdeklődőket ezen saját tartalmak irányába a reklámok felhasználásával.

A hazai reklámköltési adatok (azaz, hogy mennyit költöttek reklámok megjelenítésére Magyarországon a piaci szereplők) alapján megállapítható, hogy **2015 óta az online reklámok képezik a hazai reklámtorta** (pontosabban 2019 óta médiatorta) **legnagyobb szeletét.**

Az online reklámozás számos technikai megoldása alakult ki az évek során. Ezeket négy főbb csoportba tudjuk sorolni. **A fejezet során megismerkedik a hallgató a display, search, listing és az email reklámok főbb jellemzőivel.**

Jelen tananyag a Szegedi Tudományegyetemen készült az Európai  
Unió támogatásával.



Projekt azonosító: EFOP-3.4.3-16-2016-00014

**SZÉCHENYI** 2020



MAGYARORSZÁG  
KORMÁNYA

**Európai Unió**  
Európai Szociális  
Alap



**BEFEKTETÉS A JÖVŐBE**