

Tárgytematika

Félév:	2013/14/2
Tárgynév:	Turizmus marketing
Tárgykód:	ALITVA2081
Felelős szervezet neve:	Idegenforgalmi Intézeti Tanszék
Felelős szervezet kódja:	AA12
Tárgyfelelős neve:	Albert Tóth Attila
Tárgy követelménye:	Évközi jegy
Tárgy heti óraszám:	0/0/0
Tárgy féléves óraszám:	0/8/0

Oktatás célja:

Az oktatás célja, hogy megismertessük a hallgatókat a marketing gyakorlatával a turizmus területén. A tárgy sikeres teljesítése után a hallgatók képesek lesznek a marketing ismeretek alkalmazására és gyakorlati hasznosítására.

Tantárgy tartalma:

1. A tantárgy tartalma

- A turizmus marketing alapelemei és meghatározásai. A non-profit marketing és a szolgáltatásmarketing sajátosságai. A szolgáltatások „7P” elmélete.
- A turizmus piaca. Keresleti és kínálati változások, környezeti hatások. A turisztikai piac és a fogyasztói magatartás. A fogyasztói szegmensek.
- A fogyasztói magatartás kutatása. A marketingkutatás a turizmusban.
- A turisztikai piac és az Európai Unió. A turizmus komplex hatásai.
- Stratégiai tervezés, marketingtervezés. Az image és az arculat. Corporate Identity.
- Az idegenforgalmi „termék” és fejlesztésének feladatai. Differenciálódási folyamatok.
- Árpolitika a turizmusban és a hozadék-menedzsment. A kereslet érzékenységének vizsgálata.
- Értékesítési csatornák az idegenforgalomban. Az utazási irodák szerepe.
- A marketing kommunikációs mix, országreklám, desztináció-reklám, cégreklám.
- Panasz-szituációmenedzsment és válságmenedzsment.
- Közlekedési vállalatok marketingje és szerepük az idegenforgalomban.
- Szálláshely-marketing és minőségmenedzsment.
- Szállodai marketingalkalmazások.
- E-marketing a turizmusban.

Számonkérési és értékelési rendszere:

1. Tantárgyi követelményrendszer:

Tárgytematika

Félév:	2013/14/2
Tárgynév:	Turizmus marketing
Tárgykód:	ALITVA2081
Felelős szervezet neve:	Idegenforgalmi Intézeti Tanszék
Felelős szervezet kódja:	AA12
Tárgyfelelős neve:	Albert Tóth Attila
Tárgy követelménye:	Évközi jegy
Tárgy heti óraszám:	0/0/0
Tárgy féléves óraszám:	0/8/0

Számonkérési és értékelési rendszere:

Az évközi jegy teljesítésének feltétele:

A foglalkozásokon való aktív részvétel, legfeljebb 3 igazolatlan hiányzás.

A félév során egy beadandó házi dolgozatot kell készíteni a hallgatóknak, amely az oktatóval előzetesen egyeztetett és jóváhagyott turizmus marketing téma feldolgozása, 10-15 oldal terjedelemben (csapatmunka), valamint a téma kiselőadás formájában történő előadása csapatonként a szemináriumokon.

A beadandó dolgozatot a tananyaghoz és a foglalkozásokon tanultakhoz kell igazítani, ennek megfelelően kell elkészíteni.

A kiselőadások megtartása, a házi dolgozat határidőre történő beadása és elfogadása, valamint a félév végén egy sikeres zárthelyi dolgozat megírása együttesen az évközi jegy feltétele.

A kiselőadás és a beadandó dolgozat együttesen 30%-ban, az írásbeli zárthelyi dolgozat 70%-ban járul hozzá az évközi jegyhez.

Kötelező irodalom:

1. Kötelező illetve ajánlott jegyzetek, irodalom jegyzéke:

Kozma Boglárka: Turizmus marketing. BGF jegyzet, 2006. Budapest (kötelező)

Kötelező tananyag az előadások és a szemináriumok anyaga is.

Magyar Turizmus Zrt.: Marketing tervek (aktuális: kötelező, korábbiak: ajánlott)

Fritz-Karl Ferner: Idegenforgalmi marketing Műszaki Könyvkiadó, 1994. Budapest (ajánlott)

Kovács Péter: Turizmusmarketing elméletben és gyakorlatban. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár, 2004.(ajánlott)

Szende Péter: Marketing a szállodaiparban. KIT Kiadó, Budapest, 1994.(ajánlott)

Idegenforgalmi marketing szöveggyűjtemény BGF, Budapest, 2006. (ajánlott)

Tárgytematika

Félév:	2013/14/2
Tárgynév:	Turizmus marketing
Tárgykód:	ALITVA2081
Felelős szervezet neve:	Idegenforgalmi Intézeti Tanszék
Felelős szervezet kódja:	AA12
Tárgyfelelős neve:	Albert Tóth Attila
Tárgy követelménye:	Évközi jegy
Tárgy heti óraszám:	0/0/0
Tárgy féléves óraszám:	0/8/0

Kötelező irodalom:

Dely-Gray Zsuzsa - Árva László (szerk.) Turizmusmarketing esettanulmányok
Akadémiai Kiadó, Budapest, 2010. (ajánlott)

Veres Zoltán: A szolgáltatásmarketing alapkönyve
Akadémiai Kiadó, Budapest, 2009. (ajánlott)

Philip Kotler-Kevin Lane Keller: Marketingmenedzsment
Akadémiai Kiadó, Budapest, 2006. (ajánlott)