

Tárgytematika / Course Description

Turizmus marketing

ALITVA2081

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: Albert Tóth Attila

Félév / Semester: 2015/16/2

Beszámolási forma /

Assesment: Évközi jegy

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 0/8/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

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 / DESCRIPTION

- 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 árérzékenységének 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 / ASSESMENT'S METHOD

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 / OBLIGATORY MATERIAL

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 szállodaiiparban. KIT Kiadó, Budapest, 1994.(ajánlott)

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

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)