

## Tárgytematika / Course Description

### Turizmus marketing

ALITVA2081

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** Albert Tóth Attila

**Félév / Semester:** 2017/18/2

**Beszámolási forma /**

**Assesment:** Folyamatos számonkérés

**Tárgy heti óraszám /**

**Teaching hours(week):** 0/0/0

**Tárgy féléves óraszám /**

**Teaching hours(sem.):** 9/0/0

---

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A tantárgy célja a marketing gyakorlatának megismerése a turizmus területén. A tárgy sikeres teljesítése után a hallgatók képesek lesznek a marketing ismeretek alkalmazására és gyakorlati hasznosítására.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1. A turizmus marketing alapelemei és meghatározásai. A non-profit marketing és a szolgáltatásmarketing sajátosságai. A szolgáltatások „7P” elmélete
2. A turizmus piaca. Keresleti és kínálati változások, környezeti hatások. A turisztikai piac és a fogyasztói magatartás. A fogyasztói szegmensek
3. A fogyasztói magatartás kutatása. A marketingkutatás a turizmusban
4. Stratégiai tervezés, marketingtervezés. Az image és az arculat. Corporate Identity
5. Az idegenforgalmi „termék” és fejlesztésének feladatai. Differenciálódási folyamatok
6. Árpolitika a turizmusban és a hozadék-menedzsment. A kereslet árérzékenységének vizsgálata
7. Értékesítési csatornák a turizmusban
8. A marketing kommunikációs mix, országreklám, desztináció-reklám, cégreklám
9. Panasz-szituációmenedzsment és válságmenedzsment
10. Közlekedési vállalatok marketingje és szerepük a turizmusban
11. Szálláshely-marketing és minőségmenedzsment
12. E-marketing a turizmusban
13. ZH írás
14. Pót ZH lehetőség

## SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Követelmény:

1. A foglalkozásokon való aktív részvétel, legfeljebb 3 igazolatlan hiányzás megengedett
2. A félév során egy beadandó házi dolgozatot (projektmunka) kell készíteni a hallgatóknak, amely az oktatóval előzetesen egyeztetett és jóváhagyott turizmus marketing téma feldolgozása (csapatmunka), valamint a téma kiselőadás formájában történő előadása csapatonként a szemináriumokon
3. A kiselőadások megtartása és a házi dolgozat határidőre történő beadása és elfogadása
4. Sikeres zárthelyi dolgozat (ZH) megírása

Az 1-4. pontban felsoroltak, együttesen az évközi jegy feltételei.

Értékelés:

A beadandó dolgozat és a kiselőadás együttesen 50%-ban, az írásbeli zárthelyi dolgozat 50%-ban járul hozzá az évközi jegyhez

---

### KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

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

Kötelező anyag a szemináriumokon elhangzott anyag is.

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

Ajánlott irodalom:

[Lőrincz Katalin](#) - [Sulyok Judit](#) (szerk.) (2017) Turizmusmarketing. Akadémiai Kiadó, Budapest

[Deli-Gray Zsuzsa](#) - [Árva László](#) (szerk.) (2017) Turizmusmarketing esettanulmányok II. Akadémiai Kiadó, Budapest

[Kenesei Zsófia](#) - [Kolos Krisztina](#) (2014) Szolgáltatásmarketing és -menedzsment. Alinea Kiadó, Budapest

Piskóti István (2012) Régió- és településmarketing. Akadémiai Kiadó, Budapest

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

[Veres Zoltán](#) (2009) A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest