

Tárgytematika / Course Description

Desztinációs marketing

ANITVA8031

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: Albert Tóth Attila

Félév / Semester: 2018/19/2

Beszámolási forma /

Assesment: Folyamatos számonkérés

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 1/2/0

Tárgy féléves óraszám /

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

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A tantárgy általános célja és specifikus célkitűzései

A tantárgy célja, hogy a hallgatók megismerjék a desztinációs marketing elméletét és gyakorlatát, és a marketing ismereteket alkalmazni tudják majd a Turisztikai Desztinációs Menedzsment szervezeti rendszerek működésének során.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

A tantárgy tartalma

1. A desztinációs marketing fogalma
2. A fogadóterület jellemzői, értékelése
3. Stratégiai tervezés, marketingtervezés
4. Piacszegmentáció
5. A desztináció imázsa
6. Desztinációs márkáépítés
7. Marketingkommunikáció
8. A TDM modell lényege és működése
9. Marketing információs rendszerek
10. Desztinációs esettanulmányok

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Tantárgyi követelményrendszer:

Az évközi jegy feltétele:

A foglalkozásokon való részvétel kötelező, legfeljebb 3 igazolatlan hiányzás az előadásokról,
és legfeljebb 3 igazolatlan hiányzás a szemináriumokról megengedett.

Egy házi dolgozat határidőre történő beadása, annak elfogadása, és szemináriumokon a kiválasztott téma előadása, kiselőadás formájában.

A beadandó házi dolgozatnak egy turisztikai desztináció bemutatását, értékelését, marketing tervét kell tartalmaznia, kb. 10-15 oldalnyi terjedelemben.

A beadandó dolgozatot a tananyaghoz kapcsolódóan, a foglalkozásokon tanultaknak megfelelően kell elkészíteni.

A kiselőadás megtartása, a házi dolgozat határidőre történő beadása és elfogadása, valamint a félév végén egy sikeres zárthelyi dolgozat (ZH) 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.

A zárthelyi dolgozat (ZH) értékelése:

88-100 %: jeles (5)

75-87 %: jó (4)

63-74 %: közepes (3)

51-62 %: elégséges (2)

0-50 %: elégtelen (1)

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező illetve ajánlott jegyzetek, irodalom jegyzéke:

Kötelező:

Kozma Boglárka: Turizmus marketing. BGF jegyzet, Budapest, 2006.

TDM Működési Kézikönyv. Heller Farkas Főiskola, Budapest, 2008.

Kötelező tananyag az órákon elhangzott valamennyi anyag.

Ajánlott:

[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