

## Tárgytematika / Course Description

### Turizmus marketing

KGLB\_TRTM023

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Happ Éva

Félév / Semester: 2021/22/2

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

<b>Bevezetés a turizmus marketing alapismereteibe</b> A marketing fogalma.  A marketing mint szemléletmód és magatartásforma.  A marketing jelentősége a turizmus területén.  Turisztikai marketing fejlődése és fő területei.  Napjaink turizmusának marketing szempontú vizsgálata	A turizmus trendjei napjainkban és ezek jelentősége marketing szempontból
---	---

<p><b>Marketingkutatóás</b></p> <p>A marketingkutatóás fogalma és szükségessége a turizmus területén. A turisztikai marketingkutatóás területei.</p> <p>A turisztikai marketingkutatóás folyamata. Primer és szekunder információk a turizmusban</p>	<p>Szolgáltatói kérdőívek</p>
<p><b>A turisztikai kereslet, célpiaci marketing és piacszegegmentáció</b></p> <p>Makro- és mikroszintű elemzés. A turisztikai keresletet meghatározó tényezők</p> <p>Szegegmentálás - piaci szegegmentek kialakítása a turizmus területén</p>	<p>A szegegmentálás szempontjai a turizmus különböző szegegmentekben</p>
<p><b>Marketingtervezés és marketingstratégia a turizmusban</b></p> <p>A marketingtervezés folyamata.</p> <p>A helyes marketing stratégia kiválasztása</p>	<p>SWOT analízis</p>
<p><b>Turisztikai kínálat, turisztikai termék</b></p> <p>A turisztikai kínálat elemei, a kínálat alakulását befolyásoló tényezők. A turisztikai termék fogalma és specialitásai.</p> <p>Termékszintek Termékpólitika a turizmusban.</p> <p>A márkázás és jelentősége a turizmusban</p>	<p>Ansoff mátrix</p>

<p><b>Árképzés és áralkalmazás a turizmusban</b></p> <p>Az ár fogalma és funkciói.</p> <p>A turizmus árazási specialitásai</p> <p>Az árat befolyásoló tényezők</p> <p>Stratégiai árképzés és taktikai áralkalmazás</p> <p>Yield management a turizmusban</p>	<p>Fedezeti pont számítása</p>
<p><b>Értékesítési csatornák a turizmusban</b></p> <p>Az értékesítési csatorna jelentősége a turizmusban.</p> <p>Csatornaszintek</p> <p>Az értékesítési csatornák szereplői</p> <p>On-line értékesítés</p>	<p>Az értékesítési csatornák kiválasztásának szempontjai, Az on-line értékesítés előretörése</p>
<p><b>ATL eszközök alkalmazása a turizmus területén.</b></p> <p>Reklám fogalma</p> <p>Kampánytervezés a Kotler féle 5 M alapján</p> <p>Kreatív érvelés</p> <p>Médiatervezés</p>	<p>Reklámkampány.</p>

<p><b>BTL eszközök alkalmazása a turizmus- vendéglátás területén</b></p> <p>Direktmarketing</p> <p>Értékesítésösztönzés</p> <p>Eladáshelyi reklámok</p> <p>PR, válságkommunikáció</p> <p>Kiállítások</p>	<p>Kiállítás</p>
<p><b>Online marketing</b></p> <p>Digitalizáció hatása a marketingkommunikációban,</p> <p>Online hirdetések típusai,</p> <p>A szájreklám és az online szájreklám jelentősége, típusai</p> <p>A közösségi média jellemzői, kategóriái</p> <p>A gerillamarketing jellemzői, típusai</p> <p>A turisztikai applikációk jellemzői, típusai</p> <p>A mobilmarketing használatának lehetőségei a turizmusban</p>	<p>Web oldalak elemzése, összehasonlítása,</p> <p>közösségi média kampány</p>
<p><b>Desztinációs marketingstratégia (régió és településmarketingben)</b></p> <p>A fogadóterület jellemzői és feltételrendszere</p> <p>A desztináció - mint turisztikai termék - marketingje</p> <p>Kommunikációs stratégia és eszközrendszer a desztináció marketingben</p>	

## SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Követelmény:

A szemináriumokon való aktív részvétel.

Féléves projektfeladat kidolgozása

Sikeres zárthelyi dolgozat megírása

Féléves értékelés:

- Féléves beadandó feladat: 50%
- Zárthelyi dolgozat: 50%

Értékelés:

100,00 %	91,00 %	5
90,99 %	81,00 %	4
80,99 %	66,00 %	3
65,99 %	51,00 %	2
50,99 %	0,00 %	1

## KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

Lőrincz Katalin-Sulyok Judit (2017): Turizmusmarketing, Akadémiai Kiadó, Budapest

Ajánlott irodalom:

Happ É.-Keller V.: Marketingkommunikáció a turizmusban, 2020, Széchenyi István Egyetem

Szarka Á.: Esettanulmányok a Marketingkommunikáció a turizmusban tananyaghoz, 2019, Széchenyi István Egyetem

Dely-Gray Zsuzsa - Árva László (2017): Turizmusmarketing esettanulmányok 1-2., Akadémiai Kiadó, Budapest