

Tárgytematika / Course Description

Turizmus marketing

KGLB_TRTM023

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Happ Éva

Félév / Semester: 2022/23/2

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

Bevezetés a turizmus marketing alapismereteibe	A turizmus trendjei napjainkban és ezek jelentősége marketing szempontból
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	

<p>Marketingkutató</p> <p>A marketingkutató fogalma és szükségessége a turizmus területén. A turisztikai marketingkutató területei.</p> <p>A turisztikai marketingkutató folyamata. Primer és szekunder információk a turizmusban</p>	<p>Szolgáltatói kérdőívek</p>
<p>A turisztikai kereslet, célpiaci marketing és piacszegegmentáció</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 szegegmentaiban</p>
<p>Marketingtervezés és marketingstratégia a turizmusban</p> <p>A marketingtervezés folyamata.</p> <p>A helyes marketing stratégia kiválasztása</p>	<p>SWOT analízis</p>
<p>Turisztikai kínálat, turisztikai termék</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>Árképzés és áralkalmazás a turizmusban</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>Értékesítési csatornák a turizmusban</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>ATL eszközök alkalmazása a turizmus területén.</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>BTL eszközök alkalmazása a turizmus-vendéglátás területén</p> <p>Direktmarketing</p> <p>Értékesítésösztönzés</p> <p>Eladáshelyi reklámok</p> <p>PR, válságkommunikáció</p> <p>Kiállítások</p>	<p>Kiállítás</p>
<p>Online marketing</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>Desztinációs marketingstratégia (régió és településmarketingben)</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>	
Zh.	

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