

**Tárgytematika / Course Description****Térség- és településmarketing****KGLM\_RKTM005****Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Fekete Dávid**Félév / Semester:** 2020/21/2**Beszámolási forma /****Assesment:** Vizsga**Tárgy heti óraszám /****Teaching hours(week):** 0/0/0**Tárgy féléves óraszám /****Teaching hours(sem.):** 12/0/0**OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE**

A tantárgy célja, hogy megismertesse a hallgatókkal a marketing egy speciális területét, mely egyes térségek és különösen is városok népszerűsítésével foglalkozik. Napjainkban az egyes térségek, illetve települések feladatai közt kiemelt szereppel bír ez a tevékenység, mely idegenforgalmi célok mellett mára a városok különböző területeken pozicionálását igyekszik elősegíteni. A kurzus során a hallgatók megismerkednek a legfontosabb kapcsolódó alapfogalmakkal és módszertani sajátosságokkal, továbbá a hazai és európai trendekkel.

**TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION**

Bevezető előadás
A terület- és településmarketing általános megközelítésben
A terület- és településmarketing sajátosságai
A terület- és településmarketing szakaszai I.
A terület- és településmarketing szakaszai II.
A termékfejlesztés
Az építészet felhasználása a terület- és településmarketingben
Kommunikációs tevékenység a terület- és településmarketingben
Stratégiaalkotás és végrehajtás

Magyarországi példák I.
Magyarországi példák II.
Konzultáció

---

## SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Írásbeli vizsga a vizsgaidőszakban (a járványhelyzettől függően online vagy személyes jelenléttel igénylő vizsga, teszt, rövid fogalommagyarázatok, esszékérdések). A vizsgán maximum 50 pont szerezhető.

Értékelés:

0-25 pont: elégtelen (1)

26-34 pont: elégséges (2)

35-40 pont: közepes (3)

41-45 pont: jó (4)

46-50 pont: jeles (5)

### VAGY

Megajánlott jegy szerezhető a szorgalmi időszakban az alábbi beadandó feladat teljesítésével:

A dunántúli (Sopron, Szombathely, Zalaegerszeg, Nagykanizsa, Győr, Tatabánya, Érd, Székesfehérvár, Veszprém, Dunaújváros, Kaposvár, Szekszárd, Pécs) illetve a kelet-magyarországi (Kecskemét, Szeged, Hódmezővásárhely, Békéscsaba, Szolnok, Salgótarján, Eger, Miskolc, Nyíregyháza, Debrecen) által használt városmarketing elemek (címer, szlogen), stratégiák (amennyiben van) összehasonlító elemzése. Egyikük a nyugat-magyarországi, másikuk a kelet-magyarországi városokat dolgozza fel.

A beadandó dolgozatok esszészerűen dolgozzák fel a megadott témaköröket, min. 25.000 karakter (szóközökkel együtt) terjedelemben, 12-es betűméret, Times New Roman betűtípus, sorkizárt, 1,5-es sortáv, PDF-formátumban. Lehetőség szerint ábrákkal gazdagon illusztrált, összegző táblázattal rendelkező anyagokat készítsenek! A beadandó dolgozat rendelkezzen irodalomjegyzékkel, hivatkozásokkal.

Beadás módja: kizárólag szelearning.sze.hu rendszeren keresztül (moodle)

Értékelés módja: a beadandó dolgozattal pont szerezhető.

30-27 jeles

26-22 jó

21-18 közepes

17-16 elégséges

---

## **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

### **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

Kozma Gábor: Terület- és településmarketing. Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen, 2002. (online elérhető)

---