

Tárgytematika / Course Description

Turizmus marketing

KGNB_TRTM023

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Happ Éva

Félév / Semester: 2019/20/1

Beszámolási forma /

Assesment: Folyamatos számonkérés

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/2/0

Tárgy féléves óraszám /

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

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. Követelmények ismertetése, feladatok kiosztása	
Bevezetés a turizmus marketing alapismereteibe 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
Marketingkutató A marketingkutató fogalma és szükségessége a turizmus területén. A turisztikai marketingkutató területei. A turisztikai marketingkutató folyamata.	Szolgáltatói kérdőívek gyűjtése, értékelése. A kitöltött kérdőívek elemzésének, az információgyűjtés eredményeinek bemutatása
3. Primer és szekunder információk a turizmusban	

	<p>A turisztikai kereslet, célpiaci marketing és piacszegmentáció</p> <p>Makro- és mikroszintű elemzés. A turisztikai keresletet meghatározó tényezők</p> <p>Szegmentálás - piaci szegmensek kialakítása a</p> <p>4. turizmus területén</p>	<p>Magyarország számára fontos (kül- és belföldi) turisztikai kereslet elemzése, A szegmentálás szempontjai - a gyakorlatban - a turizmus különböző szektoraiban</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 Termékpolitika a turizmusban.</p> <p>5. A márkázás és jelentősége a turizmusban</p>	<p>Magyarország turisztikai kínálata – mennyire felel meg a keresletnek, Turisztikai vállalkozások turisztikai termékei – vállalati termékpolitika kialakítása, Brandek a turizmus területén - konkrét példák</p>
	<p>Árképzés és áralkalmazás a turizmusban</p> <p>Az ár fogalma és funkciói. A turizmus árazási specialitásai Az árat befolyásoló tényezők Stratégiai árképzés és taktikai áralkalmazás</p> <p>6. Yield management a turizmusban</p>	<p>Árazási problémák, konkrét árazási példák megvitatása</p>
	<p>7. Oktatási szünet</p>	
	<p>Értékesítési csatornák a turizmusban</p> <p>Az értékesítési csatorna jelentősége a turizmusban. Csatornaszintek Az értékesítési csatornák szereplői</p> <p>9. On-line értékesítés</p>	<p>Az értékesítési csatornák kiválasztásának szempontjai, Az on-line értékesítés előretörése</p>
	<p>Marketingkommunikáció I.</p> <p>10.</p>	<p>ATL eszközök alkalmazása a turizmus területén. Adott szolgáltató reklámanyagainak bemutatása.</p>
	<p>11. Oktatási szünet</p>	

12.	Marketingkommunikáció II. Online marketing	BTL eszközök alkalmazása a turizmus-vendéglátás területén. Adott szálloda, étterem által használt BTL eszközök bemutatása (sales promotion eszközök, PR, direkt marketing, stb.) Web oldalak elemzése, összehasonlítása
13.	Desztinációs marketingstratégia (régió és település marketingben) A fogadóterület jellemzői és feltételrendszere A desztináció - mint turisztikai termék - marketingje Kommunikációs stratégia és eszközrendszer a desztináció marketingben Marketingtervezés és marketingstratégia a turizmusban A marketingtervezés folyamata.	Desztinációs marketingstratégia a gyakorlatban konkrét példák alapján Marketingterv készítés a gyakorlatban (szállodai, utazási irodai)
14.	Projekt feladat bemutatása	
15.	zh.	

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESMENT'S METHOD

Követelmény:

1. A foglalkozásokon való aktív részvétel, legfeljebb 3 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)
3. Kiselőadás megadott témából
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 40%-ban, a kiselőadás 10%-ban, az írásbeli zárthelyi dolgozat 40%-ban, az órai munka 10%-ban járul hozzá az évközi jegyhez

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

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

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

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

Deli-Gray Zsuzsa - Árva László (szerk.) (2010 és 2017) Turizmusmarketing esettanulmányok I-II.

Akadémiai Kiadó, Budapest

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

Morrison A. M. (2013) Marketing and Managing Tourism Destinations. Routledge, London - New York.

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

Veres Zoltán (2009) A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Akadémiai Kiadó, Budapest