

Tárgytematika / Course Description

Turizmus marketing

KGNB_TRTM023

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Happ Éva

Félév / Semester: 2020/21/1

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

Dátum			Feladat
-	-	Követelmények ismertetése	Feladatok megbeszélése

7.szept	8.szept	<p>Bevezetés a turizmus marketing alapismereteibe A marketing fogalma.</p> <p>A marketing mint szemléletmód és magatartásforma.</p> <p>A marketing jelentősége a turizmus területén.</p> <p>Turisztikai marketing fejlődése és fő területei.</p> <p>Napjaink turizmusának marketing szempontú vizsgálata</p>	<p>A turizmus trendjei napjainkban és ezek jelentősége marketing szempontból</p>
14.szept	15.szept	<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>
szept.21.	szept.22.	<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 szektoraiban</p>
szept.28.	szept.29.	<p>Marketingtervezés és marketingstratégia a turizmusban A marketingtervezés folyamata.</p> <p>A helyes marketing stratégia kiválasztása</p>	<p>SWOT analízis</p>

5.okt	6.okt	<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>A márkázás és jelentősége a turizmusban</p>	Ansoff mátrix
12.okt	13.okt	<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>	Fedezeti pont számítása
19.okt	20.okt	<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>	Az értékesítési csatornák kiválasztásának szempontjai, Az on-line értékesítés előretörése

okt. 26.	okt.27.	<p>ATL eszközök alkalmazása a turizmus területén.</p> <p>Reklám fogalma</p> <p>Kampánytervezés a Kotler fële 5 M alapján</p> <p>Kreatív érvelés</p> <p>Médiatervezés</p>	Reklámkampány.
2.nov	3.nov	<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>	Kiállítás

9.nov	10.nov	<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>
16.nov	17.nov	<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>	
nov.23.	nov.24.	Projekt feladat bemutatása	
nov.30.	1.deczh		

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'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. Az órai feladatok megoldása és beadása

4. Sikeres zárthelyi dolgozat (ZH) megírása

Az 1-4. pontban felsoroltak, együttesen az évközi jegy feltételei.

A beadandó dolgozat 30%-ban, az írásbeli zárthelyi dolgozat 30%-ban, az órai munka 40%-ban járul hozzá az évközi jegyhez.

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 K. - Sulyok J.: Turizmusmarketing, Akadémiai Kiadó

ISBN: 978 963 454 060 1, DOI: [10.1556/9789634540601](https://doi.org/10.1556/9789634540601), Online megjelenés éve: 2017

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