

Tárgytematika / Course Description

Turizmus marketing

KGNB_TRTM023

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Happ Éva

Félév / Semester: 2021/22/1

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
1.	Követelmények ismertetése	Feladatok megbeszélése

<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>
<p>Marketingkutató</p> <p>A marketingkutató fogalma és szükségessége a turizmus területén. A turisztikai marketingkutató területei.</p> <p>3. 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</p> <p>4. a turizmus területén</p>	<p>A szegegmentálás szempontjai a turizmus különböző szegegmentekben</p>
<p>Marketingtervezés és marketingstratégia a turizmusban A marketingtervezés folyamata.</p> <p>5. 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 Termékpolitika a turizmusban.</p> <p>6. A márkázás és jelentősége a turizmusban</p>	<p>Ansoff mátrix</p>
<p>7.</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>8.</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>9. 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>10. 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</p> <p>11. 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</p> <p>12. desztináció marketingben</p>	
13.	Projekt feladat bemutatása	
14.	zh	

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A tárgy félévközi jeggyel zárul.

Az aláírás feltétele a projektmunka leadása és a zárthelyi dolgozat megírása.

A gyakorlati jegy megszerzésének feltétele a házi dolgozat és a zárthelyi dolgozat sikeres (legalább elégséges) megírása.

A félévi érdemjegy meghatározásának módja: projektmunka 60 %, zh. 40 %

A félévközi követelmények teljesítésének értékelése:

91-100 jeles (5)

81-90 jó (4)

66-80 közepes (3)

51-65 elégséges (2)

0-50 elégtelen (1)

A projektmunka leadási határideje: szorgalmi időszak 13. hét

A zárthelyi dolgozat időpontja: szorgalmi időszak 14. hét, pótlási lehetőség elégtelen érdemjegy esetén a vizsgaidőszakban lehetséges.

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