

## Tárgytematika / Course Description

### Turizmus marketing

KGNB\_TRTM104

**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><b>Bevezetés a turizmus marketing alapismereteibe</b> 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 2. vizsgálata</p>	<p>A turizmus trendjei napjainkban és ezek jelentősége marketing szempontból</p>
<p><b>Marketingkutató</b></p> <p>A marketingkutató fogalma és szükségessége a turizmus területén. A turisztikai marketingkutató területei. 3.</p> <p>A turisztikai marketingkutató folyamata. Primer és szekunder információk a turizmusban</p>	<p>Szolgáltatói kérdőívek</p>
<p><b>A turisztikai kereslet, célpiaci marketing és piacszegegmentáció</b></p> <p>Makro- és mikroszintű elemzés. A turisztikai keresletet meghatározó tényezők</p> <p>Szegegmentálás - piaci szegegmentek kialakítása a 4. turizmus területén</p>	<p>A szegegmentálás szempontjai a turizmus különböző szektoraiban</p>
<p><b>Marketingtervezés és marketingstratégia a turizmusban</b> A marketingtervezés folyamata.</p> <p>5. A helyes marketing stratégia kiválasztása</p>	<p>SWOT analízis</p>

<p>6. A márkázás és jelentősége a turizmusban</p>	<p><b>Turisztikai kínálat, turisztikai termék</b></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>Ansoff mátrix</p>
<p>7. Yield management a turizmusban</p>	<p><b>Árképzés és áralkalmazás a turizmusban</b></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>Fedezeti pont számítása</p>
<p>8. On-line értékesítés</p>	<p><b>Értékesítési csatornák a turizmusban</b></p> <p>Az értékesítési csatorna jelentősége a turizmusban.</p> <p>Csatornaszintek</p> <p>Az értékesítési csatornák szereplői</p>	<p>Az értékesítési csatornák kiválasztásának szempontjai, Az on-line értékesítés előretörése</p>

	<p><b>ATL eszközök alkalmazása a turizmus területén.</b></p> <p>Reklám fogalma</p> <p>Kampánytervezés a Kotler fõle 5 M alapján</p> <p>Kreatív érvelés</p> <p>9. Médiatervezés</p>	<p>Reklámkampány.</p>
	<p><b>BTL eszközök alkalmazása a turizmus- vendéglátás területén</b></p> <p>Direktmarketing</p> <p>Értékesítésösztönzés</p> <p>Eladáshelyi reklámok</p> <p>PR, válságkommunikáció</p> <p>10. Kiállítások</p>	<p>Kiállítás</p>

	<p><b>Online marketing</b></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</p> <p>11. turizmusban</p>	<p>Web oldalak elemzése, összehasonlítása,</p> <p>közösségi média kampány</p>
	<p><b>Desztinációs marketingstratégia (régió és településmarketingben)</b></p> <p>A fogadóterület jellemzői és feltételrendszere</p> <p>A desztináció - mint turisztikai termék - marketingje</p> <p>Kommunikációs stratégia és eszközzrendszer a</p> <p>12. desztináció marketingben</p>	
	<p>13. Házi dolgozat leadása, bemutatása</p>	
	<p>14. zh</p>	

## SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A tárgy félévközi jeggyel zárul.

Az aláírás feltétele a házi dolgozat 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: házi dolgozat 30%, órai munka 30%, 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 házi dolgozat 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