

TANTÁRGYLEÍRÁS

1. Adatok a programról

| | |
|-----------------------------|---|
| 1.1 Felsőoktatási intézmény | Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár |
| 1.2 Kar | Földrajz Kar |
| 1.3 Intézet | Földrajz, Magyar Intézet |
| 1.4 Tanulmányi terület | Földrajz |
| 1.5 Tanulmányi ciklus | BSc |
| 1.6 Tanulmányi program/Szak | Turizmusföldrajz |

2. Adatok a tantárgyról

| | | | | | | | |
|------------------------|---|-----------|----------|---------------------|----------|------------------------|-----------|
| 2.1 Tantárgy neve | TURISZTIKAI MARKETING (MARKETING TURISTIC) | | | | | | |
| 2.2 Előadás-vezető | Dr. Alt Monika Anetta, egyetemi docens | | | | | | |
| 2.3 Szeminárium-vezető | Dr. Alt Monika Anetta, egyetemi docens | | | | | | |
| 2.4 Tanulmányi év | III | 2.5 Félév | V | 2.6 Felmérés típusa | E | 2.7 Tantárgy rendszere | Op |

3. Összes becsült idő (didaktikai tevékenységek félévi óraszama)

| | | | | | |
|---|------------|---------------------|----|------------------------------|-----|
| 3.1 Heti órák száma | 3 | amiből: 3.2 előadás | 2 | 3.3 szeminárium/laboratórium | 1 |
| 3.4 Órák száma a tantervben | 42 | amiből: 3.5 előadás | 28 | 3.6 szeminárium/laboratórium | 14 |
| Időalap-elosztás | | | | | óra |
| Tanulás kézikönyvből, jegyzetből, szakirodalomból és saját jegyzetekből | | | | | 30 |
| További dokumentáció könyvtárban, elektronikai eszközökből és terepen | | | | | 20 |
| Szeminárium/laboratórium-előkészítés, házi feladatok, referátumok, portfóliók és esszék | | | | | 10 |
| Tutorálás | | | | | 5 |
| Vizsgáztatás | | | | | 2 |
| Egyéb tevékenységek... | | | | | - |
| 3.7 Egyéni tanulás összesen | 77 | | | | |
| 3.8 Félévi órák összesen | 125 | | | | |
| 3.9 Kreditpontok összesen | 6 | | | | |

4. Előfeltételek (ahol szükségesek)

| | |
|-------------------------------|---|
| 4.1 tantervhez kapcsolva | <ul style="list-style-type: none"> Az előző évben hallgatott <i>Turizmusföldrajz</i>, <i>Turizmus-gazdaságtan és a turisztikai vállalat gazdaságtana</i> c. tantárgyak keretében elsajátított ismeretek megkönnyítik a témakörök megértését, azonkívül a hallgatók megerősítik az operacionális konceptuális tudásalapjukat a korábbi információalap aktiválása és felhasználása által |
| 4.2 kompetenciákhoz kapcsolva | <ul style="list-style-type: none"> A megszerzett ismeretek folytonosan alkalmazott felhasználása lehetővé teszi a fejezetek fokozatos végigjárását, szoros összefüggésben a korábban tanulmányozott diszciplínák témaköreivel |

5. Feltételek (ahol szükségesek)

| | |
|--|---|
| 5.1 az előadások lebonyolításához | <ul style="list-style-type: none"> Számítógéppel/lappal, videovetítővel és megfelelő szoftverrel felszerelt tanterem |
| 5.2 a szemináriumok/ laboratóriumok lebonyolításához | <ul style="list-style-type: none"> Számítógéppel, videovetítővel és Internet-csatlakozóval felszerelt tanterem |

6. Specifikus felhalmozott kompetenciák

| | |
|------------------------------------|---|
| Speciális kompetenciák | <ul style="list-style-type: none"> • Ismerje a turizmusmarketing területén használatos fogalmakat, módszereket és eszközöket. • Ismerje a turisztikai vállalat/szervezet és a vállalati környezetre vonatkozó adatok összegyűjtési-, feldolgozási- és értelmezési módszereit a vállalati döntések megalapozása céljából. • A turisztikai vállalat/szervezet belső és külső elemeinek az azonosítása, elemzése és menedzselése SWOT módszer segítségével. • A turisztikai vállalat/szervezet céljainak a megfogalmazása. • A turisztikai vállalat/szervezet stratégiáinak a kidolgozása és megvalósítása. • A turisztikai vállalat/szervezet marketingmix elemeinek a kidolgozása. • Pénzügyi mutatók használata a marketingpolitikák kiértékelésére. • A turizmusmarketing tevékenységeinek a megszervezése egy vállalaton/szervezeten belül. |
| Transzverzális kompetenciák | <ul style="list-style-type: none"> • Hatékony és felelősségteljes munkamódszerek alkalmazása a szakmai etikai kódex elveinek, normáinak és értékeinek figyelembe vételével. • Multidiszciplináris csoportmunkában alkalmazott hatékony technikák elsajátítása valamint az ehhez kapcsolódó etikai szabályok, a különböző vélemények sokféleségének az elfogadása, a multikulturalitás és sokszínűség tiszteletben tartása. • A folyamatos szakmai képzés szükségességének felismerése a munkaerőpiaci kereslethez való alkalmazkodás céljából. |

7. A tantárgy célkitűzései (a specifikus felhalmozott kompetenciák rácsából adódóan)

| | |
|-----------------------------|---|
| 7.1 Általános célkitűzés | <ul style="list-style-type: none"> • A tantárgy célja bemutatni a marketing fogalmát különös tekintettel a turisztikai marketingre. A tantárgy nagy hangsúlyt fektet a turizmusmarketing területén használatos fogalmakra, módszerekre és eszközökre. Ugyanakkor, gyakorlatias szempontból mutatja be a turisztikai piac szereplőit és működési elveiket. |
| 7.2 Specifikus célkitűzések | <p>A tantárgy bemutatja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • a turisztikai vállalat/szervezet és a vállalati környezetre vonatkozó adatok összegyűjtési-, feldolgozási- és értelmezési módszereit a vállalati döntések megalapozása céljából. • a turisztikai vállalat/szervezet belső és külső elemeinek az azonosítása, elemzése és menedzselése SWOT módszer segítségével. • a turisztikai vállalat/szervezet céljainak a megfogalmazását. • a turisztikai vállalat/szervezet stratégiáinak a kidolgozása és megvalósítása. • a turisztikai vállalat/szervezet marketingmix elemeinek a kidolgozása. • pénzügyi mutatók használata a marketingpolitikák kiértékelésére. • a turizmusmarketing tevékenységeinek a megszervezése egy vállalaton/szervezeten belül. |

8. Tartalmak

| 8.1 Előadás | Óratartás módszerei | Észrevételek |
|---|--|--------------|
| 1. A marketing szerepe a turizmusban – közös élményteremtés | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 2. A turizmusmarketing környezete | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 3. Turisztikai fogyasztói magatartás | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 4. A piacszegmentáció jelentősége és technikái | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 5. Piackutatás és előrejelzés | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 6. Tervezés a turizmusmarketingben | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 7. A turisztikai termék | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 8. Elosztási csatornák a turizmusban | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 9. Árazás a turizmusban | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 10. A marketingkommunikációs mix (Reklám, PR etc.) | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 11. Turisztikai partnerségek | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 12. A turisztikai desztinációk marketingtevékenysége | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 13. Monitoring | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |
| 14. A turizmusmarketing jövője – turizmusmarketing 3.0 | • szóbeli előadás interaktív részekkel | 2 óra |

Kötelező szakirodalom:

1. Lőrincz Katalin, Sulyok Judit, (2017) *Turizmusmarketing*, Akadémiai Kiadó, Budapest

Ajánlott szakirodalom:

2. Chiş, Al., *Marketing în turism*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2006
3. Deli-Gray Zsuzsa, Árva László, (2010), *Turizmusmarketing Esettanulmányok*, Akadémiai Kiadó, Budapest
4. Kenesei Zsófia, Cserdi Zsófia Hajnalka, (2018), *Szolgáltatásmarketing a turizmusban*, Akadémiai Kiadó, Budapest
5. Kovács Edina, Kiss Kornélia, (2018), *Turisztikai trendek*, Akadémiai Kiadó, Budapest
6. Kotler, Ph., Bowen, J., Makens, J., *Marketing for Hospitality and Tourism*, Prentice Hall, 4nd edn 2011
7. Middleton, V.T.C., Clarke J., *Marketing in Travel and Tourism*, Butterworth –Heinemann Ltd, 4rd edn, 2010;
8. Pop Rebeka-Anna, Săplăcan Zsuzsa, Dabija Dan-Cristian, Alt Mónika-Anetta, 2021, The Impact of Social Media Influencers on Travel Decisions: the Role of Trust in Consumer Decision Journey, *Current Issues in Tourism*
9. Vorzsák, A., s.a., *Marketingul serviciilor*, Ed. Alma Mater, Cluj-Napoca, 2006.

| 8.2 Seminárium/laboratórium | Óratartás módszerei | Észrevételek |
|---|---|--------------|
| 1. Hotel Makár esettanulmány | 1. Tantárgyi adatlap és projekt ismertetése | 2 óra |
| 2. A projektre kiválasztott vállalat bemutatása | 2. Megbeszélés | 2 óra |
| 3. A turisztikai ágazat helyzetelemzése | 3. Megbeszélés | 2 óra |
| 6. Fogyasztói magatartás a turisztikai vállalattal szemben | 4. Megbeszélés | 2 óra |
| 4. A termék és árpolitika a turisztikai vállalkozásban | 5. Megbeszélés | 2 óra |
| 5. A turisztikai vállalat értékesítési politikája és a kommunikáció szerepe | 6. Megbeszélés | 2 óra |
| 7. A turisztikai vállalat fejlesztési javaslatai (4P alapján) | 7. Megbeszélés | 2 óra |
| Szakirodalom: | | |
| 1. Chiş, Al., <i>Marketing în turism</i> , Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2006 | | |
| 2. Deli-Gray Zsuzsa, Árva László, (2010), <i>Turizmusmarketing Esettanulmányok</i> , Akadémiai Kiadó, Budapest | | |
| 3. Kenesei Zsófia, Cserdi Zsófia Hajnalka, (2018), <i>Szolgáltatásmarketing a turizmusban</i> , Akadémiai Kiadó, Budapest | | |
| 4. Kovács Edina, Kiss Kornélia, (2018), <i>Turisztikai trendek</i> , Akadémiai Kiadó, Budapest | | |
| 5. Kotler, Ph., Bowen, J., Makens, J., <i>Marketing for Hospitality and Tourism</i> , Prentice Hall, 4 nd edn 2011 | | |
| 6. Lőrincz Katalin, Sulyok Judit, (2017) <i>Turizmusmarketing</i> , Akadémiai Kiadó, Budapest | | |
| 7. Middleton, V.T.C., Clarke J., <i>Marketing in Travel and Tourism</i> , Butterworth –Heinemann Ltd, 4 rd edn, 2010; | | |
| 8. Pop Rebeka-Anna, Săplăcan Zsuzsa, Dabija Dan-Cristian, Alt Mónika-Anetta, 2021, The Impact of Social Media Influencers on Travel Decisions: the Role of Trust in Consumer Decision Journey, <i>Current Issues in Tourism</i> | | |
| 9. Vorzsák, A., s.a., <i>Marketingul serviciilor</i> , Ed. Alma Mater, Cluj-Napoca, 2006. | | |

9. A tantárgy tartalmának megfeleltetése az episztemikus közösség, a szakmai társulások és a program területéhez kapcsolódó reprezentatív munkaadók elvárásainak

- A tantárgy tartalma egyezik a belföldi és külföldi más egyetemi központokban tanított anyaggal.
- A munkaadók által a szakember-képzésre vonatkozóan megfogalmazott vélemények szerint magas értékű ezek professzionalizmusa, ami megerősíti, hogy az erre a programra alapozott oktatási curriculum szerkezete és tartalma helyes, átfogó és hatékony

10. Felmérés

| Tevékenység típusa | 10.1 Felmérési kritériumok | 10.2 Felmérési módszerek | 10.3 Súly a végleges osztályzatban |
|---|---|--|------------------------------------|
| 10.4 Előadás | <ul style="list-style-type: none"> • az elsajátított fogalmak rendszerezésének és felhasználásának ellenőrzése • logikai koherencia és vitakészség • szakterminológia asszimilációja • hozzáállás, egyéni munka/tanulás iránti érdeklődés | Végleges felmérő vizsgaidőszakban: - összefoglaló tesztelés | 50% |
| 10.5 Szeminárium/ Laboratórium | <ul style="list-style-type: none"> • gyakorlati alkalmazás képessége • az elsajátított ismeretek használatának képessége • hozzáállással kapcsolatos kritériumok: lelkiismeretesség, egyéni munka/tanulás iránti érdeklődés | Szeminárium-feladat elkészítése | 50% |
| 10.6 Minimális teljesítmény-elvárás | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • A turizmusmarketing elméleti alapfogalmainak ismerete (eszmék, elvek, módszerek, eszközök, mutatók, adatok és egyéb információk), a térbeli-társadalmi struktúrák leltározása, hierarchizálása és differenciálása végett. | | | |

Kitöltve:

Előadás-vezető:

Szeminárium-vezető

04.12.2021

dr. Alt Mónika Anetta,
egyetemi docens

dr. Alt Mónika Anetta,
egyetemi docens

Az intézet által jóváhagyva:

Intézetigazgató:

.....

.....