

## A TANTÁRGY ADATLAPJA

### 1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár
1.2 Kar	Földrajz Kar
1.3 Intézet	Magyar Földrajzi Intézet
1.4 Szakterület	Földrajz
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Turizmusföldrajz

### 2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	<b>KOMMUNIKÁCIÓ A TURIZMUSBAN</b>						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	dr. Nagy Egon, adjunktus						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	drd. Benedek István, egyetemi tanársegéd						
2.4 Tanulmányi év	II	2.5 Félév	4	2.6. Értékelés módja	Vizsga	2.7 Tantárgy típusa	Kötelező

### 3. Teljes becsült idő

3.1 Heti óraszám	3	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	1
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	42	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	14
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					20
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					20
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					5
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					5
Vizsgák					8
Más tevékenységek: .....					
3.7 Egyéni munka össz-óraszám	58				
3.8 A félév össz-óraszám	100				
3.9 Kreditszám	3				

### 4. Előfeltételek

4.1 Tantervi	•
4.2 Kompetenciabeli	•

### 5. Feltételek

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Technikai felszereltség: vetítő és hangfalak</li> <li>• Elvárt a pontos megjelenés az előadásokon.</li> </ul>
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A szeminárium teljesítéséhez szükség van a minimális 70%-os jelenléti arány eléréséhez.</li> <li>• A sikeres szeminárium feltétele a félév végén bemutatásra kerülő csoportos projekt elkészítése és megvédése az arra kijelölt időpontokban.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plágium esetén a diákok elveszítik mind a vizsgán, mind az utóvizsgán való részvétel jogát.</li> <li>• A csoportos bemutatókat elektronikus formában kell adni (adathordozón kell elhozni).</li> </ul>
--	---

## 6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

<b>Szakmai kompetenciák</b>	<p>C1. A Az információ és kommunikációtudományok területéhez kapcsolódó szaknyelv és a szakmai ismeretek elsajátítása;</p> <p>C2. A korszerű információszerzési és kommunikációs módszerek ismerete és használata, beleértve a new media eszközeit is;</p> <p>C3. A kommunikációban részt vevő felek és célcsoportok ismerete;</p> <p>C4. Egy közkapcsolati / reklámkommunikációs termék előállítás és promoválása, közepes komplexitású kommunikációs kampányok megtervezése és lebonyolítása;</p>
<b>Transzverzális kompetenciák</b>	<p>CT2. Multidiszciplináris munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása, a csoporton belüli szerepek megfelelő munkavégzés;</p> <p>CT3 Az egyéni szakmai fejlődés tényszerű felmérése, a munkaerőpiacra való belépés és az elvárásoknak megfelelő fejlődés érdekében;</p>

## 7. A tantárgy célkitűzései

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A tárgy célja megismertetni a kommunikációtudomány alapjait. Elsősorban a reklámkommunikációs folyamatokat érinti az előadás, amelynek célja, hogy a diákok képesek legyenek olyan reklám-, és médiakampányok megtervezésére és lebonyolítására, amelyek főként a turisztikai termékek eladását illetve népszerűsítését célozzák.</li> <li>• Emellett szükséges a településmarketing alapfogalmainak ismerete, amely a településkép ápolása és az örökségvédelem eszközeivel is szerepet játszik az idegenforgalmi vonzóerő fokozásában, a tőkevonzás erősítésében</li> </ul>
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklámkommunikációs ismeretek elsajátítása és megalapozása</li> <li>• Gyakorlatok és csoportmunka által elsajátítani a reklámkommunikációs és médiatervezési technikákat</li> <li>• Brief alapján a diákok képesek kell legyenek egy használható, életbe ültethető médiaterv elkészítésére</li> </ul>

## 8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
01. A médiumokról általában. A sajtó mint reklámhordozó eszköz	Vetített, interaktív előadás	
02. A televízió mint reklámhordozó eszköz	Vetített, interaktív előadás	
03. A rádió mint reklámhordozó eszköz	Vetített, interaktív előadás	
04. A közterület mint reklámhordozó eszköz	Vetített, interaktív előadás	
05. A mozi mint reklámhordozó eszköz	Vetített, interaktív előadás	

06. Az internet mint reklámhordozó eszköz	Vetített, interaktív előadás	
07. A klasszikus reklámügynökség	Vetített, interaktív előadás	
08. Média a marketingkommunikációban	Vetített, interaktív előadás	
09. Együttműködés a médiapiaci szereplők közt	Vetített, interaktív előadás	
10. A régió- és településmarketing értelmezése	Vetített, interaktív előadás	
11. Területfejlesztés és marketing	Vetített, interaktív előadás	
12. Kompetenciamarketing	Vetített, interaktív előadás	
13. Interregionális együttműködések marketingsajátosságai	Vetített, interaktív előadás	
14. A régió- és településmarketing stratégia megvalósítása és értékelése	Vetített, interaktív előadás	

#### **Könyvészet:**

1. DELI-GRAY Zsuzsa – ÁRVA László: *Turizmusmarketing esettanulmányok*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2010.
2. GODIN, Seth: *Permission Marketing. Turning Strangers into Friends and Friends into Customers*. Simon & Schuster, New York, 2007.
3. INCZE Kinga – PÉNZES Anna: *A reklám helye 2.0 – A hatékony médiatervezés és -vásárlás kézikönyve*. Mediaspirit Consulting, Budapest, 2006.
4. KÁDÁR Magor: *Kampánykommunikáció. Kézikönyv a kommunikációs kampányok tervezéséhez és elemzéséhez*. Kriterion Kiadó, Kolozsvár, 2008.
5. KOTLER, Philip – KELLER, Kevin Lane: *Marketingmenedzsment*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012.
6. LŐRINCZ Katalin – SULYOK Judit: *Turizmusmarketing*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2017.
7. McCaBE, Scott: *Marketing Communications in Tourism & Hospitality. Concepts, Strategies and Cases*. Butterworth-Heinemann, Oxford, 2008.
8. PAPP-VÁRY Árpád: *JPÉ marketing – Elmélet és gyakorlat józan paraszti ésszel*. Századvég Kiadó, Budapest, 2009.
9. SAS István: *Reklám és pszichológia a webkorszakban. Upgrade 3.0*. Kommunikációs Akadémia Budapest, 2012.
10. VERES Zoltán: *A szolgáltatásmarketing alapkönyve*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2009.
11. PISKÓTI – DANKÓ –SCHUPLER: *Régió- és településmarketing*, KJK-KERSZÖV Jogi és üzleti kiadó Kft, Budapest, 2002
12. PISKÓTI István: *Régió- és településmarketing - Marketingorientált fejlesztés, márkázás*, Akadémiai kiadó, Budapest, 2012.

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. Milyen a jó szlogen?	csoportmunka, kreatív feladat	
2. Turisztikai logó tervezése	csoportmunka, kreatív feladat	
3. Plakáttervezési alapok	csoportmunka, kreatív feladat	
4. Célcsoport-szegmentáció	csoportmunka, gyakorlat	
5. Turisztikai kampányok	esettanulmányok, gyakorlat	
6. Turisztikai kampány tervezése	csoportmunka, brainstorming	
7. Kampányok bemutatása	csoportos bemutatók	

#### **Könyvészet:**

1. DELI-GRAY Zsuzsa – ÁRVA László: *Turizmusmarketing esettanulmányok*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2010.
2. GODIN, Seth: *Permission Marketing. Turning Strangers into Friends and Friends into Customers*. Simon & Schuster, New York, 2007.
3. INCZE Kinga – PÉNZES Anna: *A reklám helye 2.0 – A hatékony médiatervezés és -vásárlás*

kézikönyve. Mediaspirit Consulting, Budapest, 2006.

4. KÁDÁR Magor: *Kampánykommunikáció. Kézikönyv a kommunikációs kampányok tervezéséhez és elemzéséhez.* Kriterion Kiadó, Kolozsvár, 2008.
5. KOTLER, Philip – KELLER, Kevin Lane: *Marketingmenedzsment.* Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012.
6. LŐRINCZ Katalin – SULYOK Judit: *Turizmusmarketing.* Akadémiai Kiadó, Budapest, 2017.
7. McCaBE, Scott: *Marketing Communications in Tourism & Hospitality. Concepts, Strategies and Cases.* Butterworth-Heinemann, Oxford, 2008.
8. PAPP-VÁRY Árpád: *JPÉ marketing – Elmélet és gyakorlat józan paraszti ésszel.* Századvég Kiadó, Budapest, 2009.
9. SAS István: *Reklám és pszichológia a webkorszakban. Upgrade 3.0.* Kommunikációs Akadémia Budapest, 2012.
10. VERES Zoltán: *A szolgáltatásmarketing alapkönyve.* Akadémiai Kiadó, Budapest, 2009.

**9. Az epiztemikus közösségek képviselői, a szakmai egyesületek és a szakterület reprezentatív munkáltatói elvárásainak összhangba hozása a tantárgy tartalmával.**

- 

**10. Értékelés**

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.4 Előadás	Írásbeli vizsga		50%
10.5 Szeminárium / Labor	Csoportos bemutató		50%
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
<ul style="list-style-type: none"><li>• A szemináriumi részvételi arány min. 70%.</li><li>• A vizsga minden szakaszán az átmenő 50% elérése.</li></ul>			

Kitöltés dátuma:

Előadás felelőse

Szeminárium felelőse

2021.03.15.

dr. Nagy Egon

drd. Benedek István

Az intézeti jóváhagyás dátuma:

Intézetigazgató

dr. Nagy Egon