

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, portofóliók 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, 4th edn 2011
7. Middleton, V.T.C., Clarke J., *Marketing in Travel and Tourism*, Butterworth–Heinemann Ltd, 4th 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 javaslatjai (4P alapján)	7. Megbeszélés	2 óra

Szakirodalom:

1. Chiş, Al., *Marketing în turism*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2006
2. Deli-Gray Zsuzsa, Árva László, (2010), *Turizmusmarketing Esettanulmányok*, Akadémiai Kiadó, Budapest
3. Kenesei Zsófia, Cserdi Zsófia Hajnalka, (2018), *Szolgáltatásmarketing a turizmusban*, Akadémiai Kiadó, Budapest
4. Kovács Edina, Kiss Kornélia, (2018), *Turisztikai trendek*, Akadémiai Kiadó, Budapest
5. Kotler, Ph., Bowen, J., Makens, J., *Marketing for Hospitality and Tourism*, Prentice Hall, 4th edn 2011
6. Lőrincz Katalin, Sulyok Judit, (2017) *Turizmusmarketing*, Akadémiai Kiadó, Budapest
7. Middleton, V.T.C., Clarke J., *Marketing in Travel and Tourism*, Butterworth–Heinemann Ltd, 4th 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.

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: 0 összefoglaló tesztelés	50%
10.5 Szeminárium/ Laboratórium	<ul style="list-style-type: none"> • gyakorlati alkalmazás képessége • az elsajátított ismeretek használatának képessége • hozzáállással kapcsolatos krtériumok: lelkiismeretesség, egyéni munka/tanulás iránti érdeklődés 	Szeminárium-feladat elkészítése	50%

10.6 Minimális teljesítmény-elvárás

- 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

04.12.2022

dr. Alt Mónika Anetta,
egyetemi docens

dr. Alt Mónika Anetta,
egyetemi docens

Az intézet által jóváhagyva:

Intézetigazgató:

.....

.....