

A TANTÁRGY ADATLAPJA

1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babes-Bolyvai Tudományegyetem
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	A turista fogyasztói magatartása és pszichológiája						
2.2 Az előadásért feleős tanár neve	Dr. Simona Mălăescu adjunktus						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	Dr. Simona Mălăescu adjunktus						
2.4 Tanulmányi év	II	2.5 Félév	4	2.6 Értékelés módja	Koll.	2.7 Tantárgy típusa	Op.

3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszámja)

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					40
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					30
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portfóliók, referátumok, esszék kidolgozása					31
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					5
Vizsgák					2
Más tevékenységek:					-
3.7 Egyéni munka össz-óraszámja	108				
3.8 A félév össz-óraszámja	150				
3.9 Kreditszám	6				

4 Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	A turista fogyasztói magatartása és pszichológiája tárgy fõlvételéhez nem szükségesek különleges elõismeretek és elõfeltételek. A szakmai kontextus szempontjából a megértést segíteni fogja ha az idegenvezetés, turisztikai termékértékesítés és menedzsment területérõl elõismeretekkel rendelkeznek a hallgatók.
--------------	--

4.2 Kompetenciabeli	Figyelembe véve a tárgy gyakorlati jellegét, számtalan utalás történik a fogyasztói pszichológiai jelenségek megnyilvánulására az idegenvezetés, menedzsment, turisztikai ügynök és az animátor tevékenységi körében. A tárgy körében nyert kompetenciák más tárgyak keretében is alkalmazhatóak, mint: Turisztikai kommunikáció és arculattervezés, Turisztikai terméktervezés, Tárgyalástechnika és A turisztikai ügynökségek működése.
---------------------	---

5. Feltételek (ha vannak)

5.1. Az előadás lebonyolításának feltételei	Multimédiás rendszer az előadóteremben (számítógép, vetítő, internet, speciális softok)
5.2. A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	Multimédiás rendszer az előadóteremben (számítógép, vetítő, internet, speciális softok)

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	<p>C3 adatfeldolgozási készségek, melyeket a tudományos kutatás során szerzünk</p> <p>C3.3 diagnózisok fölállítása bizonyos problémák beazonosítását követően a turizmus területén</p> <p>C5 a beavatkozások megindoklása a különböző forrásokból származó információk alapján, melyeknek tudományos, tudománynpszerűsítő és didaktikai szerepük van a földrajz területén</p> <p>C5.3 dolgozatok és bemutatók összeállítása, a felmerülő problémák és megoldások logikus bemutatása szakértő közönség előtt</p>
Transzverzális kompetenciák	<p>CT1. A hatékony és felelősségteljes munka normáinak elsajátítása a szakmai etikai kódex előírásainak megfelelően</p> <p>CT2. Multidiszciplináris csoportmunka technikáinak elsajátítása, a véleménypluralitás tiszteletben tartása</p> <p>CT3. Az önértékelés és folyamatos tanulás képességének elajátítása a munkaerőpiaci helyzetállás és adaptációs igényeknek való megfelelés érdekében</p>

7. A tantárgy célkitűzései (az elsajátítandó jellemző kompetenciák alapján)

7.1 Általános célkitűzések	<p>Az alapképzés hallgatói számára pszichológiai alapismereteket szolgáltat a tárgy a fogyasztói motivációk és döntések, percepciók hátterének megvilágítása érdekében. Megismerjük a desztinációk reprezentációs formáit, imázsát, valamint a fogyasztói elégedettség kialakulásának mechanizmusát. Ugyanakkor a tantárgy olyan képességek kialakulását is segíti, melyek az empátiát növelik, a kliens vagy munkatárs egyéniségének jobb megértését. A CT2 és CT3 kompetenciák fényében lehetőség nyílik az insight és a munkahelyi föladatak adekváltabb értelmezésére. Továbbá lehetőség adódik az önismeret, a saját képességek fölmérésének tökéletesítésére, a szakmai kontextusban értelmezhető személyiségfejlesztés kibontakoztatására.</p>
----------------------------	---

7.2 Specifikus célkitűzések	<ul style="list-style-type: none"> - olyan fogalmak megismerése és megértése, melyek elősegítik a turistákkal való hatékonyabb szakmai kapcsolattartást (empátia, önbecsülés, önhatékonyság, rebound-hatás, kognitív disszonancia) - lehetővé válik azoknak a pszichológiai problémáknak a jobb megértése és beazonosítása, melyekkel idegenvezetőként vagy egyéb turisztikai szakemberi minőségben találkozunk a turistákkal való interakciók során - azon képesség elsajátítása, hogy másokat meghallgatok, hogy empátikusan a kliens helyzetébe képzelem magam és elfogadom a véleményemmel nem egyező álláspontokat is - a kliensek igényeinek való jobb megfelelés kialakítása - a különböző piaci szegmensek igényeinek jobb kiismerése
-----------------------------	--

8. A tantárgy tartalma

8. 1 Előadások	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
<p>A turisztikai fogyasztás motivációja, mint a kereslet része I.</p> <p>A kereslet kialakulása. Belső tényezők és folyamatok</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	2 óra
<p>A turisztikai fogyasztás motivációja, mint a kereslet része II.</p> <p>A kereslet modellálása és szűrése. A kereslet kialakulását és befolyásolását leíró elméletek és modellek</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	2 óra
<p>A turisztikai fogyasztás motivációja, mint a kereslet része III.</p> <p>Az utazási motiváció EMA modellje. A turista elvárásinak modellje. Az elvárások hipotetikus és hierarchikus térképe.</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	2 óra
<p>Külső tényezők és folyamatok, melyek a fogyasztói magatartást befolyásolják I.</p> <p>A kultúra és a szubkultúrák</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	2 óra
<p>Külső tényezők és folyamatok, melyek a fogyasztói magatartást befolyásolják II.</p> <p>A kultúra meghatározó szerepe a turista elégedettségében és a fogadóterület népességével való interakciókban. A kulturális sokk.</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	2 óra

<p>Külső tényezők és folyamatok, melyek a fogyasztói magatartást befolyásolják III.</p> <p>Az életstus és az érétek.</p> <p>Az érett generáció – a formálódás éve, életstílus és fogyasztási modellek</p> <p>Az expozív generáció – a formálódás éve, életstílus és fogyasztási modellek</p> <p>Az Y generáció – a formálódás éve, életstílus és fogyasztási modellek</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	<p>2 óra</p>
<p>Külső tényezők és folyamatok, melyek a fogyasztói magatartást befolyásolják IV.</p> <p>Az X generáció – a formálódás éve, életstílus és fogyasztási modellek</p> <p>A VALS modell. A brit és a hazai modell közti különbségek.</p> <p>Fogyasztói csoportok, referenciacsoportok, életciklusok</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	<p>2 óra</p>
<p>Az utazási célterület percepciója, reprezentálása és imázsa. Az utazási döntés I.</p> <p>A percepció és reprezentálás. A fogadóterület imázsa.</p> <p>Döntési modellek. Döntési megelőző fázisok – információ gyűjtése a vakációs területekről</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	<p>2 óra</p>
<p>Az utazási döntés II.</p> <p>A vakációs alternatívák mérlegelése és a döntési fázis. Elhajlások az értékelés és vásárlás során. Emocionalitás a döntések során. A döntési kényszer</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	<p>2 óra</p>
<p>Az utazási döntés III.</p> <p>A vásárlás utáni értékelés.</p> <p>A turisztikai termék vásárlási döntéseinek elmélete és modelljei</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	<p>2 óra</p>
<p>A fogyasztói elégedettség kialakulása a turisztikai termékkel szemben I</p> <p>Elméleti modellek a fogyasztói elégedettség kialakulása kapcsán a turisztikai termékkel szemben</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	<p>2 óra</p>
<p>A fogyasztói elégedettség kialakulása a turisztikai termékkel szemben II</p> <p>A elvárások – beteljesületlenség modell</p> <p>A globális elégedettség modellje a turisztikai szolgáltatásokat illetően</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	<p>2 óra</p>

<p>A termék elévülése és a visszatérési döntés. A visszatérési szándék felmérése és a desztináció ajánlása más fogyasztóknak</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	<p>2 óra</p>
<p>Az Y generáció az Y generáció által szemlélve. A fogyasztás, az életstílus és az értékek sajátosságai (az egyetemi hallgatók által fönntartott teach-back)</p>	<p>-szóbeli bemutató, interaktív megszakításokkal -heurisztikus megbeszélés -problematizálás</p>	<p>2 óra</p>

Könyvészet

1. **Petre, D., Iliescu, D.** (2005), *Psihologia reclamei și a consumatorului. Psihologia reclamei*, Editura Comunicare.ro
2. **Petre, D., Iliescu, D.** (2005), *Psihologia reclamei și a consumatorului. Psihologia consumatorului*, Editura Comunicare.ro
3. **Kotler Ph., Keller, K.L.** (2008), *Managementul marketingului*, Ed. a V a, Teora București.
4. **Teodoru, M.C.** (2004), *Comportamentul consumatorului*, Casa cărții de Știință.
5. **Kotler Ph., Armstrong, G.** (2008), *Principiile marketingului*, Ed. IV, Teora, București.
6. **Crouch, G., Perdue, R., Timmermans, H., Uysal, M.** (2004), *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, Vol. 3, CAB International.
7. **Mazanec, J.A., Crouch, G.I., Brent Ritchie, J.R., Woodside, A.G.** (2001), *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, Vol. 2, CAB International.
8. **Untaru, E.N. (2009)**, *Determining the profile of tourists in Brasov starting from their consumption and buying behavior towards products offered by tourism agencies*, Annals of Faculty of Economics, <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2009/v4-management-and-marketing/176.pdf>.
9. **Malaescu, S., Iliescu, G., Josan I.,** *The Sightseeing Traditional Village: An Opportunity! The Sociological Traditional Village – A treat! – An Analysis of the Favourability for Tourism Development of Two Theoretical Conceptualisations of the Traditional Village*, GeoJournal of Tourism and Geosites, III, 2, 2010, P.109-120
10. **Malaescu, S. (2011)**, *Cultura si civilizatie. Turism cultural. Caiet de lucrari practice*, Editura Risoprint, Cluj Napoca.
11. **Benckendorff, P., Moscardo, G., Pendergast, D.** (2010), *Tourism and generation Y*, CABI International.
12. **Neal, J., Gursoy, D.** (2008), *A multifaceted Analysis of Tourism Satisfaction*, Journal of Travel Research, 47, 53-62.
13. **Gilbert, D., Abdullah, J.** (2002), *A study of the impact of the expectation of a holiday on an individual sense of well-being*, Journal of Vacation Marketing, 8, 352-363.
14. **Biswas, M.** (2008), *Confirmatory Analysis of Iso Aloha's Motivational Theory An Application of Structural Equation Modelling*, Conference on Tourism in India – Challenges Ahead, 15-17 May 2008, HMK.
15. **Bogari, N., Crowther, G., Marr, N.** (2004), *Motivation for Domestic Tourism: a Case Study of the Kingdom of Saudi Arabia*, în CABI Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure, Vol. 3., CAB International, pp. 66-80.
16. **Bowie, D., Chang, Ch., J.** (2005), *Tourist satisfaction: A view from a mixed international guided package tour*, Journal of vacation marketing.
17. **Coiță, D., Nedelea, A** (2006), *Comportamentul turiștilor și naționalitatea: criterii de clasificare a turiștilor și de segmentare a pieței turistice*, (Revista de) Management & marketing, Nr.3/2006.
18. **Correia, A., Crouch, G.** (2004), *A Study of Tourist Decision Processes: Algarve, Portugal*, în G.I.
19. **Gilbert, D., Ebert, J.** (2002), *Decisions and revisions: The affective forecasting of changeable outcomes*, Journal of Personality and Social Psychology, 82, 503-514
20. **Hsu, C., Cai, L., Li, M.** (2009), *Expectation, motivation and Attitude: A Tourist Behavioral Model*, Journal of Travel Research, 49, pp. 282-296.
21. **Huang, S.** (2010), *Measuring Tourism Motivation: Do Scales matter?*, Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism, Vol. 5, No. 1, pp. 153-162.
22. **Timmermans și M. Uysal** (Ed.), *CAB International Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, Volume 3, CABI International, pp.141- 161.

8. 2 Szeminárium/Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
A siker összetevői a turisztikai termék eladásában. Saját tőke. A személyközi bizalom és a saját megjelenés. Az önértékelés tudatosítása (Self-awareness). Az insight erősítésének lehetőségei a személyközi interakciók összefüggésében	-heuristicus -megbeszélés -magyarázat -oktatóvideó -megtékinthetés -modellálás -teach-back	4 óra

<p>Megismerés és társadalmi interferenciák. Az attribútumok elmélete.</p> <p>Az első alapvető kijelölési hiba. A második alapvető kijelölési hiba. Az önhatékony és önbecsülés kialakulása. Az önbeteljesítő jóslat.</p>	<p>-heurisztikus megbeszélés -magyarázat -oktatóvideó megtekintése -modellálás -teach-back</p>	<p>2 óra</p>
<p>Hogyan figyelünk? Hogyan válaszolunk?</p> <p>Az empátia fogalma.</p> <p>Az empatikus válasz megfogalmazása és értékelése.</p>	<p>-heurisztikus megbeszélés -magyarázat -oktatóvideó megtekintése -modellálás -teach-back</p>	<p>2 óra</p>
<p>A kognitív disszonancia.</p> <p>A kognitív elhajlás.</p>	<p>-heurisztikus megbeszélés -magyarázat -oktatóvideó megtekintése -modellálás -teach-back</p>	<p>2 óra</p>
<p>A csoport befolyása és a csoportban való magatartás.</p>	<p>-heurisztikus megbeszélés -magyarázat -oktatóvideó megtekintése -modellálás -teach-back</p>	<p>2 óra</p>
<p>A sajátos és a válsághelyzetek kezelése. Modellálás és szerepjáték.</p>	<p>-heurisztikus megbeszélés -magyarázat -oktatóvideó megtekintése -modellálás -teach-back</p>	<p>2 óra</p>

Könyvészet:

*** *Journal of Travel Research*

*** *Annals of Tourism*

*** *Journal of Hospitality and Tourism*

*** *Journal of Vacation Marketing*

*** *Tourism Research Studies*

*** http://www.youtube.com/watch?v=Jy_0EZ_Go8M

*** <http://www.youtube.com/watch?v=9lgOVOPLTYI>

*** <http://www.youtube.com/watch?v=N2nCB34Am-E&feature=related>

*** <http://www.youtube.com/watch?v=AQ4Pktv4-Gc&feature=relmfu>

*** <http://www.youtube.com/watch?v=ihuGFUrZD30&feature=relmfu>

*** <http://www.youtube.com/watch?v=dzSv6Gwff-0&feature=related>

*** <http://www.youtube.com/watch?v=aqetk15ERNQ&feature=relmfu>

*** <http://www.youtube.com/watch?v=mUCODUvKbzE&NR=1>

*** <http://www.youtube.com/watch?v=WcEzfHB08QE&feature=related>

*** <http://www.youtube.com/watch?v=fSrvLWKY55w&feature=related>

*** <http://www.youtube.com/watch?v=BJAww5g34bE&feature=related>

*** http://www.youtube.com/watch?v=mvNliAx_3KM

*** http://www.youtube.com/watch?v=b9QqJVv_fnc&feature=related

*** http://www.youtube.com/watch?v=AkRMBRxC_Gk

*** <http://www.youtube.com/watch?v=QGxqoaEbvVM&feature=related>

*** <http://www.youtube.com/watch?v=8U0JqCke5t8&feature=related>

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

A tárgy tartalma összhangban van az egyéb hazai és külföldi egyetemi központok eljárásaival. A munkaerőpiaci értékelések visszaigazolják, hogy erre a specializációra a képzési struktúra megfelelően kidolgozott, hatékony és átfogó, általános ismereteket ad. Az Északnyugati Fejlesztési Régióban végzett fölmérés tanulságai szerint (Isailă et. al, 2011), az alkalmazók folyamatosan panaszkodnak, hogy az egyetemről frissen kikerült végzett alkalmazottak nehezen állnak helyt a csoportmunkában, hiányoznak a transzverzális kompetenciáik és gyenge a szakmai önfejlesztő képességük. Azonban a POSDRU GEOINSERT program keretében nyilatkozott munkaadók véleménye szerint a BBTE Turizmusföldrajz szakirány tantervében szereplő tárgyak hatékonyabb fölkészítést tesznek lehetővé a végzetek számára, mellyel a fentebb megfogalmazott hiányosságok kiküszöbölhetők.

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.4 Előadás	- az oktatott és elsajátított ismeretek közti megfelelés vizsgálata -a szakterminusok elsajátítása -logikai koherencia és meggyőző érvelés -problémamegoldási képesség -szabad előadás képessége -a szakmai önfejlesztés igénye	Időközi (szemeszter közepi) fölmérés: problematizálás és értékelő megbeszélés Szemesztervégi írásbeli fölmérés: összegző tesztelés	20% 50%

10.5 Szeminárium/labor	-A gyakorlatban elsajátított ismeretekre alkalmazott teach-back készség -Megfigyelőkészség elsajátítása -Az elhajlások fölismerése különböző kontextusokban -Empatikus válaszadási képesség -Az elsajátított ismeretekkel való műveletvégzés -Releváns információk megszerzése és alkalmazása	Egy teach-back prijekt elkészítése	30%
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
Bizonyágot tesznek a szakkifejezések megfelelő alkalmazásáról. A kliensekkel való kapcsolattartás képessége és nehéz helyzetek kezelési képességének elsajátítása.			

Kitöltés dátuma:

2022.04.04

Előadás felelőse

.....

Szeminárium felelőse

.....

Az intézeti jóváhagyás dátuma:

2022.04.13

Intézetigazgató

.....