

A TANTÁRGY NEVE		Turizmus marketing			
A MODUL SZÁMA, NEVE:		2359-06 Hatékonyan működteti az idegenforgalmi vállalkozásokat			
TANTÁRGYFELELŐS:		Furkóné Szabó Marianna, óraadó			
AZ OKTATÁS TECHNIKAI INFORMÁCIÓI		<i>Tagozat:</i>	nappali	<i>Félév:</i>	3.
		<i>Heti óraszám (előadás + gyakorlat):</i>		0+2	
<i>Kód:</i>	ID 2833	<i>Ellenőrzés módja:</i>	Gyakorlati jegy	<i>Kreditpont:</i>	3

A TANTÁRGY ÁLTALÁNOS CÉLJA ÉS SPECIFIKUS CÉLKITŰZÉSEI

A turizmus marketing tantárgy bemutatja a turisztikai marketing egyedi vonásait, s a gyakorlatban dolgozunk ki az ágazatra jellemző reklámokat. Megmutatjuk mind a hazai, mind pedig az Európai Unió pályázati lehetőségeit, s azok elvárásait. A hallgatók ismerjék meg a pályázatírás metodikáját, a turisztikai szervezetek számára elérhető forrásteremtés lehetőségeit, azokat a szempontokat, amelyek a sikeres és eredményes pályázatíráshoz elengedhetetlenek. Szerezzenek jártasságot a pályázatírásban, el tudjanak készíteni önállóan egy pályázatot.

A TANTÁRGY TARTALMA

1. Idegenforgalmi marketing története, fejlődése:

Az idegenforgalmi marketing kialakulása, feladatai. Az idegenforgalmi marketing menedzsment folyamata, helyzetelemzés.

2. A falusi turizmus marketing tevékenységének egyedi vonási:

A falusi turizmus szereplői. Kereslet kínálat viszonyokat befolyásoló tényezők. A kínálati trendek változása napjainkban.

3. A termék fogalma a falusi turizmusban:

A turizmus, mint termék. A falusi turizmus települési szerepköre. A vonzerő, fogadóképesség fogalma.

4. Termékkonceptió, választékbővítés:

Termék tiszta idegenforgalmi vállalkozások. Kevert profilú idegenforgalmi vállalkozások. Helyi adottságokra alapozott profilbővítés lehetőségei. Vendégkezelés, minőségbiztosítás.

5. A marketing információs rendszer kialakítása:

Célok és feladatok a turisztikai marketingben. Turizmus marketing szervezeti felépítése. A megyei és települési önkormányzatok szerepe.

6. A kommunikáció szerepe és típusai:

A kommunikáció sajátosságai a falusi turizmusban. A közönségkapcsolatok (PR) alakítási a falusi turizmusban.

7. A reklámozás lehetőségei és a reklámtervezés folyamata a falusi turizmusban:

Eladásösztönzés, reklámozás lehetőségei. A reklámtervezés folyamata, funkciói.

8. A marketing közös megjelenítés lehetőségei falusi turizmusban:

Értékesítési csatornák a falusi turizmusban. A piacon történő megjelenés módjai (utazási vásárok, regionális rendezvények). Az Internet alkalmazásának lehetőségei, On-line helyfoglalás.

9. Reklámkészítés a falusi turizmusban:

Egy turisztikai szolgáltatás reklámjának megtervezése. Egy turisztikai kiállítás standjának megtervezése.

10. A Tourinform szerepe:

Tourinform irodahálózat kiépítése. Kistérségi Tourinform iroda. Települési Tourinform iroda. Turisztikai információs adatbázis kialakítása.

11. Turisztikai adatbázis kialakítása:

Egy projekt Internetes adatbázisának megtervezése. Egy projekt információs füzetének kidolgozása.

12. Pályázati lehetőségek az Európai Unióban:

Általános szempontok a forrásteremtéshez, a forrásteremtés módszerei. Turisztikai projektterv készítése, hatásvizsgálat. A vállalkozókkal szemben támasztott uniós elvárások. A falusi turizmus támogatási rendszere az Unióban. Hazai pályázati lehetőségek (Nemzeti Fejlesztési Terv, SAPARD program).

13. Pályázatok készítésnek módszertana:

A pályázati írás menete, tájékozódás, naprakész információk, átláthatóság, cím, rövid összefoglalás. Pályázati űrlap kitöltése, legfontosabb hibák bemutatása. Hitelesség, önmagunk, a résztvevők és programok bemutatása, költségvetés, ellenőrzési lista, a pályázat értékelése.

14. Pályázatok készítése:

Egy turisztikai program megtervezése. Egy turisztikai pályázat kidolgozása.

15. Pályázatok bemutatása:

Az elkészült pályázatok bemutatása. Értékelése.

KÖTELEZŐ ÉS AJÁNLOTT IRODALOM

Bauer A. - Berács J. (1998): Marketing. Budapest: Aula Kiadó. – 620 p.

Bércziné Juhos J. (1997): Marketing alapismeretek a kereskedelmi, a vendéglátóipari és az idegenforgalmi szakemberképzés számára. Budapest: Képzőművészeti Kiadó.

Ferner, F. K. (1994): Idegenforgalmi marketing. Budapest: Műszaki Könyvkiadó.

Hofmeister-Tóth Á. (2003): Fogyasztói magatartás. Budapest: Aula Kiadó. – 340 p.

Kiss M. (2004): Marketing példatár. Budapest: Aula Kiadó.

Szende P. (1994): Marketing a szállodaiparban. Budapest: KIT.

Panoráma BULLETIN. – a Turizmus Panoráma napilapja aktuális számai.

Turizmus Panoráma. – A Magyar Szállodaszövetség hivatalos lapja aktuális számai.