**Tantárgyi adatlap**

1. **Alapadatok**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Felsőoktatási intézmény neve |  Partiumi Keresztény Egyetem |
| 1.2 Kar |  Gazdaság- és Társadalomtudományi |
| 1.3 Tanszék |  Gazdaságtudományi |
| 1.4 Tanulmányi szakterület |  Üzleti gazdálkodás |
| 1.5 Képzés típusa | MA |
| 1.6 Tanulmányi program | Idegenforgalmi gazdálkodás |

1. **Tantárgy adatai**

|  |  |
| --- | --- |
| 2.1 Tantárgy neve | Marketing a turizmusban |
| 2.2 Tantárgyfelelős - kurzus | Dr. Pető Károly - egyetemi profesor |
| 2.3 Szeminárium | Dr. Pető Károly - egyetemi profesor |
| 2.4 Évfolyam | I |
| 2.5 Szemeszter | 1 |
| 2.6 Számonkérés jellege | Col |
| 2.7 Tárgy jellege | Kötelező |

1. **Tervezett óraterhelés**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Heti óraszám | 4 | 3.2 ebből kurzus | 2 | 3.3 szeminárium | 1 |
| **3.4 Tanmenetben szereplő teljes óraszám** | **56** | **3.5 ebből kurzus** | **14** | **3.6 szeminárium** | **42** |
| Időkeret elosztása | óra |
| Tankönyvből/jegyzetből/bibliográfiából történő tanulmányok | 60 |
| Könyvtári, digitális vagy terepi adatgyűjtéssel töltött időkeret | 30 |
| Szemináriumi munka (témakidolgozás, referátum, prezentáció, portfólió, esszé) | 35 |
| Témavezetés, tutori tevékenység | 4 |
| Vizsgáztatás | 4 |
| Egyéb tevékenységek | - |
| **3.7 Önállóan végzett tanulmány** | **133** |
| **3.8 Teljes félévi óraszám** | **175** |
| **3.9 Egyetemi kreditszám** | **7** |

1. **Előfeltételek**

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 Tantervnek megfelelő |  - |
| 4.2 Kompetencia alapú |  - |

1. **Oktatási feltételek**

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 Kurzushoz kapcsolódó | Előadóterem, számítógép, videóprojektor, tábla, internet |
| 5.2 Szemináriumhoz kapcsolódó | Szemináriumi terem, számítógép, videóprojektor, tábla, internet |

1. **Szakspecifikus kompetenciák**

|  |  |
| --- | --- |
| Szakmaikompetenciák | **CP 1**. A nemzetközi turizmus idegenforgalmi környezetének értékeléséhez szükséges tudás magyarázata, értelmezése és megfelelő felhasználása.**CP 2**. A döntéshozatalhoz és annak hatásának méréséhez szükséges fogalmak, módszerek, és eszközök meghatározása és alátámasztása.**CP 3**. Komplex üzleti rendszerek bevonása az egyes üzleti helyzetekben a döntéshozatalok során**CP 4**. A tudás integrált rendszereinek és a szervezeti vezetői képességeknek a meghatározása és megismerése. |
| Transzverzális kompetenciák | **CT 1**. A szakmai etika szabályainak, normáinak és értékeinek alkalmazása az önálló, felelős és hatékony munkavégzés (önálló vagy csoportos döntéshozatalok) során;**CT 3**. Folyamatos szakmai fejlődés szükségességének a felismerése, a karrierfejlesztés biztosítása érdekében, a változó munkaerőpiaci igényeknek megfelelően. |

**7. Tantárgy célja** (a szakspecifikus kompetenciák táblázata szerint)

|  |  |
| --- | --- |
|  7.1 A tantárgy általános célkitűzései | * A gyógy- és wellnessturizmus lehetőségeinek ismerete;
* Egészség- és wellness turizmus fejlődése az országban és világszerte
* A gyógyfürdő, az egészség és wellness turizmus szerepe a vendéglátásban
 |
| 7.2 Specifikus célkitűzések | * A gyógyfürdő, az egészség és a wellness turizmus speciális működési mechanizmusainak megértése és ismerete
* Természetes és humán erőforrások hasznosítása a fenntartható fejlődés érdekében és az optimális gazdasági és társadalmi hatékonyság elérése a fürdő- és tengerparti üdülőhelyeken
* A vezetői képességek elsajátítása gyakorlati feladatokon keresztül, egyéni és csapatprojektek révén.
 |

**8. Tantárgyi tematika**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  **8.1 ELŐADÁS** | **Módszerek** | **Megjegyzés** |
| 1.A marketing alapfogalmai | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 2.A vállalati piacorientáció típusai | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 3. Vevőérték, vevőelégedettség | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 4. A modern marketing folyamata | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 5. A marketing-információ rendszer (MIR) és a marketingkutatás | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 6.A fogyasztói magatartás elemzése | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 7.A stratégiai marketing alapjai: szegmentáció | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 8.A stratégiai marketing alapjai: célcsoport kiválasztás és pozicionálás | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 9.Termék-életciklusok menedzselése, a piacfejlődés elmélete | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 10.A termékstratégia alapjai | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 11.Az árstratégia alapjai | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 12.Az elosztási stratégia alapjai | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 13.A marketingkommunikációs stratégia alapjai | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |
| 14.Az online marketing alapjai | Prezentáció, előadás, interaktív bemutató | 2 óra |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8.2 Szeminárium** | **Módszerek** | **Megjegyzés** |
| 1. A marketing alapfogalmai
 | Vita | 1 óra |
| 1. A vállalati piacorientáció típusai
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |
| 1. Vevőérték, vevőelégedettség
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |
| 1. A modern marketing folyamata
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |
| 1. A marketing-információ rendszer (MIR) és a marketingkutatás
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |
| 1. A fogyasztói magatartás elemzése
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |
| 1. A stratégiai marketing alapjai: szegmentáció
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |
| 1. A stratégiai marketing alapjai: célcsoport kiválasztás és pozicionálás
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |
| 1. Termék-életciklusok menedzselése, a piacfejlődés elmélete
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |
| 1. A termékstratégia alapjai
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |
| 1. Az árstratégia alapjai
 | Szakmai látogatás, viták  | 1 óra |
| 1. Az elosztási stratégia alapjai
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |
| 1. A marketingkommunikációs stratégia alapjai
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |
| 1. Az online marketing alapjai
 | Esettanulmányok, viták | 1 óra |

|  |
| --- |
| **Bibliográfia** Keller, K. L., Kotler, P.: Marketingmenedzsment. Akadémiai Kiadó, 2008, 1-986.The Future of Personalized Marketing In Travel, Skift Report, 2014, BoxeverFrom Data to Action:The Future of Hospitality Marketing, Skift / Cendyn/ONE,2015Stephanie Kutschera, Nicole Kow,Franziska Klein, Lucy Fuggle, Destination marketing handbook for Destination Management Organizations, Trekksoft, 2016 |

 **9. Megfelelőség**

|  |
| --- |
| A tantárgyi tematika megfelel a romániai és a külföldi egyetemeken alkalmazott tantárgyspecifikus gyakorlatnak, illetve a szakmai szervezetek szakspecifikus elvárásainak.  |

 **10. Értékelés**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tevékenység | 10.1 Értékelési kritériumok | 10.2 Értékelési módszerek | 10.3 Arány a végső jegyből |
| 10.4 Kurzus | Végső vizsga | Vizsga | 60% |
| 10.5 Szeminárium | Folyamatos értékelés | Egyéni és csoportmunka, recenzió írása, a szemináriumokon történő részvétel.  | 40% |
| 10.6 Minimális teljesítési standardAz értékelési pontok 50 %-nak a megszerzése (40% a szemináriumok, 60% a vizsga során). |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Dátum | Tantárgyfelelős aláírása | Szeminarista aláírása |
| 25.09.2021 |   |  |
| Tanszéki jóváhagyás időpontja | Tanszékvezető aláírása |