

A TANTÁRGY ADATLAPJA

TURISZTIKAI MARKETING

Egyetemi tanév **2026-2027**

1. A képzési program adatai

1.1. Felsőoktatási intézmény	„Babeş-Bolyai” Tudományegyetem, Kolozsvár
1.2. Kar	Földrajz
1.3. Intézet	Kihelyezett Tagozatok Földrajzi Intézete - Gyergyószentmiklós
1.4. Szakterület	Turizmusföldrajz
1.5. Képzési szint	Alapképzés
1.6. Tanulmányi program / Képesítés	Turizmusföldrajz magyar nyelven, Gyergyószentmiklóson
1.7. Képzési forma	nappali

2. A tantárgy adatai

2.1. A tantárgy neve	Turisztikai marketing			A tantárgy kódja	GLM2406		
2.2. Az előadásért felelős tanár neve	dr. Horváth Alpár egyetemi adjunktus						
2.3. A szemináriumért felelős tanár neve	dr. Horváth Alpár egyetemi adjunktus						
2.4. Tanulmányi év	3	2.5. Félév	5	2.6. Értékelés módja	V	2.7. Tantárgy típusa	Kötelező

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

3.1. Heti óraszám	4	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor/projekt	2
3.4. Tantervben szereplő összórászám	56	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	28
Az egyéni tanulmányi idő (ET) és az önképzési tevékenységekre (ÖT) szánt idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					15
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					15
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portfóliók, referátumok, esszék kidolgozása					15
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					8
Vizsgák					4
Más tevékenységek: terepi megfigyelések tanulmányi kirándulásokon					12
3.7. Egyéni tanulmányi idő (ET) és önképzési tevékenységekre (ÖT) szánt idő összórászám					69
3.8. A félév összórászám					125
3.9. Kreditszám					5

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1. Tantervi	Az előző félévekben tanított tartalmak tanulmányozásával és elmélyítésével megszerzett ismeretek: <i>Általános turizmusföldrajz, Románia turizmusföldrajza, Turisztikai menedzsment, Turisztikai kutatómódszertan, Statisztika a turizmusban tartalmi stb.</i>
4.2. Kompetenciabeli	

5. Feltételek (ha vannak)

5.1. Az előadás lebonyolításának feltételei	Számítógéppel/lappal felszerelt terem, videó kivetítő és megfelelő szoftver (Power Point, képeket és dokumentumokat megtekintő programok), internet-kapcsolat
5.2. A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	Számítógéppel/lappal felszerelt terem, videó kivetítő és megfelelő szoftver (Power Point, képeket és dokumentumokat megtekintő programok), internet-kapcsolat

6.1. Elsajátítandó jellemző kompetenciák¹

 Szakmai/kulcs-kompetenciák	<p>Az idegenforgalom földrajzi potenciáljának azonosítása és elemzése</p> <p>Az elméleti kutatás során nyert adatok feldolgozása és az eredmények elemzése.</p> <p>Az IKT használata az információk feldolgozásához és elemzéséhez</p> <p>Megoldások alátámasztása különböző forrásokból származó információkra támaszkodó érvekkel, didaktikai, tudományos és népszerűsítő jelleggel a földrajz területén.</p> <p>Multi- és interdiszciplináris elvek alkalmazása a földrajz szakterület megközelítése során.</p>
 Transzverzális kompetenciák	<p>Hatékony és felelősségteljes munkamódszerek alkalmazása a szakmai deontológiai etikai kódex elveivel, szabványaival és értékeivel összhangban.</p> <p>Hatékony technikák elsajátítása a multidiszciplináris csapatmunkában, a kapcsolódó etikai normák figyelembevételével; a vélemények sokféleségének elfogadása, valamint a multikulturalizmus és a kulturális sokszínűség tiszteletben tartása.</p> <p>A folyamatos szakmai továbbképzés szükségességének felismerése a munkaerőpiaci igényekhez való alkalmazkodás érdekében.</p>

6.2. Tanulási eredmények

 Ismeretek	<p>A hallgató ismeri a turizmus piacának tipikus szereplőit, valamint a marketingmix alkalmazásának lehetőségeit a turisztikai piacon. Felismeri a vállalati szintű marketing és a desztinációmkteting közötti integráció módjait.</p>
 Képességek	<p>A hallgató képes eligazodni a turisztikai marketing fogalomrendszerében, szereplőiben, szerepköreiben és eszköztárában, valamint képes az elméletben elsajátított koncepciók és módszerek gyakorlati alkalmazására a tervezési tevékenységek során.</p>
 Felelősség és önállóság	<p>A hallgató képes önállóan dolgozni turisztikai marketingtervek kidolgozásán, mind vállalati szinten, mind pedig helyi termékekhez kapcsolódóan (települések, régiók).</p>

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

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	<p>A hallgatók képesek lesznek egy üzleti terv részeként marketingtervet összeállítani, keresleti és kínálati tendenciák alapján beazonosítva a piaci lehetőségeket és a kiválasztott célcsoportnak megfelelő marketing-mixet felépíteni. Fejlesztik gondolkodásukat egy turisztikai termék elképzeléséről, meg tudják tervezni a felkínálandó szolgáltatások árait a hatékonyság és a versenyképesség kvánalmai alapján, be tudják azonosítani a megfelelő elosztási csatornákat és meg tudják fogalmazni a megfelelő marketingüzeneteket.</p>
--------------------------------------	---

¹ Választhat kompetenciák vagy tanulási eredmények között, illetve választhatja mindkettőt is. Amennyiben csak az egyik lehetőséget választja, a másik lehetőséget el kell távolítani a táblázatból, és a kiválasztott lehetőség a 6. számot kapja.

7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	A turizmus működéséhez kapcsolódó gazdaságstatisztikai elemzések révén a hallgatók megértik a marketingorientáció lényegét, a vevők igényeinek feltárását és kielégítését, alkalmazva azoknak az eszközöknek a kombinációját, amelyek a kiválasztott célszegmens szempontjából a leghatékonyabbnak ígérkeznek és mindazokat a módozatokat, amelyek a komplex turisztikai termék hatékony fejlesztéséhez és népszerűsítéséhez szükségesek és amelyek középpontját az egyedi élmény biztosítása képezi.
-------------------------------------	---

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
A marketing fogalma, rendszere és eszköztára	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	2 óra
A turizmus piaca, a piacszegmentáció	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	2 óra
Termékpolitika	Interaktív diavetítés: példák turisztikai vállalatok weboldalainak bemutatásával; terepi részletek elemzése a Google Maps segítségével	2 óra
Árpolitika	Interaktív diavetítés: példák turisztikai vállalatok weboldalainak bemutatásával	2 óra
Elosztási politika	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	4 óra
A marketingkommunikáció	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	2 óra
A reklám	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	2 óra
A kapcsolatszervezés (PR)	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	2 óra
Eladás-ösztönzési módszerek (SP)	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	2 óra
Más marketingkommunikációs eszközök	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	2 óra
A turisztikai termék humántényezői	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	2 óra
A marketing információs rendszere	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	2 óra
Gyakoribb marketingkutatói módszerek	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	2 óra
A marketingtervezés	Problémafelvetés, interaktív előadás, heurisztikus beszélgetés	4 óra

Könyvészet

Balaure, V. & Cătoiu, I. & Vegheș, C. (2005). *Marketing turistic*. București: Ed Uranus.

Gilbert, D. (2005). Marketing for Tourism. In: Cooper, C. & Fletcher, J. & Fyall, A & Gilbert, D. & Wanhill, S. (eds.). *Tourism. Principles and Practice*. Harlow: Pearson Education Ltd. pp. 542-695.

Gonda, T. (2016). *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Hn. [Pécs-Szekszárd]: PTE KPVK

Gonda, T. (2022). *Alternatív turizmus*. Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789634547686

Holloway, J. Christopher (2004): *Marketing for Tourism*. London: Prentice Hall.

Horváth, A. (2023). Múzeumok a székelyföldi turizmusban. In: Jakab, A.Zs. & Vajda, A. (szerk.). *Múzeum – örökség – kommunikáció*. Kriza János Néprajzi Társaság, Kolozsvár, pp. 159-185.

Horváth, A. (2020). Örökségvédelem és múzeumi attrakciófejlesztés a miklósvári Kálnoky-kastélyban. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok (Tourism and Rural Development Studies)*, 5(4), 5-28. <https://doi.org/10.15170/TVT.2020.05.04.01>

Horváth, A. (2020). Turizmus – vonzerők és vendégforgalom. In Benedek, J. (szerk.), *Erdély. Tér, gazdaság és társadalom* (pp. 421–445). Kolozsvár: Iskola Alapítvány Kiadó – Kolozsvári Egyetemi Kiadó

Horváth, A. (2018). Határhelyzetek és kulturális törésvonalak a turizmus szolgálatában. Gondolatok a szépvízi történeti kiállítás koncepciójához. In: Nagy, J. (szerk.). *A határvédelem évszázadai a Székeyföldön. Csíkszék és a Gyimesek vidéke.* Szépvíz, Szépvízért Egyesület. pp. 334-355.

Horváth, A. & Nagy, B. (2021). „Nemesi” turizmus Háromszéken? *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok (Tourism and Rural Development Studies)*, 6(4), 28-50. <https://doi.org/10.15170/TVT.2021.06.04.03>

Kovács, P. (2004). *Turizmusmarketing elméletben és gyakorlatban.* Budapest: Kodolányi János Főiskola.

Kozma, G. (2003). *Terület- és településmarketing. Geográfus és földrajz tanár szakos hallgatók számára.* Debrecen: Kossuth Egyetemi Kiadó.

Lengyel, M. (2004): *A turizmus általános elmélete.* Budapest: Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája.

Lőrincz, K. & Sulyok, J. (2017). *Turizmusmarketing.* Budapest: Akadémiai Kiadó.

Michalkó, G. (2012). *Turizmológia.* Budapest: Akadémiai Kiadó

Nagy, N. (2022). *Helymarketing–desztinációmarketing.* Kolozsvár: Risoprint.

Piskóti, I. & Dankó, L. & Schupler, H. (2002). *Régió- és településmarketing.* Budapest: KJK-KERSZÖV Kereskedelmi és Jogi Kiadó.

Puczko, L., Rátz, T. (2011). *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei.* Budapest: Akadémiai Kiadó

Ritchie, J. R. B. – Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective.* Oxon, UK – Cambridge, MA, USA: CABI Publishing

Snak, O. & Baron, P. & Neacșu, N. (2001). *Economia turismului.* București: Ed Expert.

Tasnádi, J. (2002). *A turizmus rendszere.* Budapest: Aula Kiadó (2. bővített kiadás).

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
A romániai turisztikai kínálat statisztikai elemzése desztinációk, komfortfokozat és megyék szerint.	Az adatbázis bemutatása, adatok kinyerése és elemzése, diagramok elemzése és szerkesztése	4 óra
A romániai turisztikai kereslet statisztikai elemzése desztinációk, komfortfokozat és megyék szerint.	Az adatbázis bemutatása, adatok kinyerése és elemzése, diagramok elemzése és szerkesztése	4 óra
Románia turisztikai promóciós weboldalának elemzése.	Problémák bemutatása és heurisztikus megbeszélések, interaktív csoportmunka	2 óra
Maros megye turisztikai weboldalának elemzése.	Problémák bemutatása és heurisztikus megbeszélések, interaktív csoportmunka	2 óra
Hargita megye turisztikai weboldalának elemzése.	Problémák bemutatása és heurisztikus megbeszélések, interaktív csoportmunka	2 óra
Kovácsna megye turisztikai weboldalának elemzése.	Problémák bemutatása és heurisztikus megbeszélések, interaktív csoportmunka	2 óra
A Turisztikai Minisztérium által engedélyezett szálláshelyek listájának elemzése, a régiók és megyék térképeivel való összehasonlítással.	Az adatbázis bemutatása, adatok kinyerése és elemzése, keresés és azonosítás a Google Maps alkalmazásban	2 óra
A marketingtervezés alapfogalmainak áttekintése.	Interaktív prezentáció	2 óra
Marketingterv kidolgozása egy aktív turisztikai programok szervezésére specializálódott mikrovállalkozás számára.	Problémák bemutatása és heurisztikus megbeszélések, interaktív csoportmunka	2 óra
Marketingterv kidolgozása egy turisztikai panzió számára.	Problémák bemutatása és heurisztikus megbeszélések, interaktív csoportmunka	4 óra
A romániai turisztikai kínálat statisztikai elemzése desztinációk, komfortfokozat és megyék szerint.	Az adatbázis bemutatása, adatok kinyerése és elemzése, diagramok elemzése és szerkesztése	4 óra

Könyvészet

A *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* szakfolyóirat lapszámai: <https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/>

A *Turizmus Bulletin* folyóirat lapszámai (1997-2010, 2017-): <https://journals.lib.uni-corvinus.hu/index.php/turizmusbulletin/index>

Institutul Național de Statistică: Baza de Date Tempo Online, serii de date pentru perioada 2000-2025

ANT (2016). *Viziunea de Marketing și Dezvoltare a Autorității Naționale pentru Turism.* București

Románia promóciós honlapja: <https://www.romania.travel/>

Hargita megye turisztikai honlapja: <https://visitharghita.com/>
 Maros megye turisztikai honlapja: <https://visitmures.com/hu>
 Kovászna megye turisztikai honlapja: <https://visitcovasna.com/?locale=hu>

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

- a tantárgy tartalma szoros összefüggésben van más hazai és külföldi egyetemeken hasonló jellegű tananyagaival.
 - a szakterület reprezentatív munkáltatóinak véleménye alapján a tanulmányi programhoz igazodó tanterv szerkezete és tartalma átfogó, pontos és hatékony.

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.4 Előadás	Jelenlét, bekapcsolódás	Időközi és végső írásbeli és szóbeli felmérések	35%
	Eredeti személyes hozzájárulások	Interaktív bekapcsolódás	15%
10.5 Szeminárium / Labor	A szakirodalomból és az elemzett területek valóságából származó információk azonosítása és helyes értelmezése.	Időközi és végső írásbeli és szóbeli felmérések	25%
	A szemináriumok látogatása és aktív részvétele, a szemináriumok során elhangzott felszólalások minőségével együtt.	Aktív jelenlét	25%
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
Az értékelési kritériumok sokfélesége és összetettsége miatt a tanuló többféle tevékenységben vesz részt a félév során, hogy a számszerűsített tevékenységek összessége képet és értékelést nyújtson az elért színtről. Ebből a tárgyból legalább 5 (öt) pontot kell elérni. Az adható pontszámok 1 (egy) és 10 (tíz) között vannak. A vizsga írásbeli és 120 percig tart.			

11. SDG ikonok (Fenntartható fejlődési célok/ Sustainable Development Goals)²



Kitöltés időpontja:
2026.04.22.

Előadás felelőse:
dr. Horváth Alpár egyetemi adjunktus

Szeminárium felelőse:
dr. Horváth Alpár egyetemi adjunktus

Az intézeti jóváhagyás dátuma:
2026.04.30.

Intézetigazgató:
dr. Máthé Csongor egyetemi adjunktus

² Csak azokat az ikonokat tartsa meg, amelyek az *SDG-ikonoknak az egyetemi folyamatban* történő alkalmazására vonatkozó eljárás szerint illeszkednek az adott tantárgyhoz, és törölje a többit, beleértve a fenntartható fejlődés általános ikonját is – amennyiben nem alkalmazható. Ha egyik ikon sem illik a tantárgyra, törölje az összeset, és írja rá, hogy „Nem alkalmazható”.