

Tantárgy megnevezése/Neptun kódja: Településmarketing / FFGAZ303N	Kreditértéke: 8
Tantárgy felelőse (név, beosztás, tud. fokozat): Nagyné Dr. Molnár Melinda, egyetemi docens, PhD, habil.	
Tantárgy oktatásába bevont oktató(k), ha van(nak) (név, beosztás, tud. fokozat):	
A tantárgy besorolása: kötelező / <u>kötelezően választható</u>	
A tanóra típusa: ea./szem./gyak./konz. és összóraszám az adott félévben: 24/0/0/0 összóraszám az adott félévben 24 tanóra előadás	
Az adott ismeret átadása milyen módszerek, (<i>sajátos</i>) eszközök, jellemzők alkalmazásával történik pl. esetismertetések, esettanulmány-feldolgozások, projektmunka, egyéb.... Előadások, esetismertetések, esettanulmány-feldolgozások, projektmunka.	
A számonkérés módja (koll. / gyj. / egyéb): Kollokvium.	
Az ismeretellenőrzésben alkalmazott értékelési mód(ok): Érdemjegyekkel.	
A tantárgy tantervi helye (hányadik félév): 1.,2., 3., 4., 5., 6. félév.	
Előtanulmányi feltételek (ha vannak): -	
Tantárgy-leírás: a tantárgy célja, az elsajátítandó ismeretanyag tömör, ugyanakkor informáló leírása:	
A kurzus egyik kitűzött célja a településmarketing elhelyezése a területi verseny/versenyképesség problémakörben. A kurzus másik fontos célja megismertetni a hallgatókkal, a területi termék lényegét, legfőbb ismérveit, hasznát a településfejlesztésben. Cél továbbá bemutatni azt az eszköztárat, amellyel e speciális termék „profilizálható”. A településmarketing című kurzus keretében az elméleti alapozás mellett nagy hangsúly helyeződik a településmarketing gyakorlati alkalmazásának bemutatására is.	
A kurzus témakörei/félévi tematikája: • A településmarketing kiindulópontja: a tér : a tér lehatárolásának problematikája, a tér általános jellegzetességei, a tér értékét meghatározó tényezők, a tér érték változása és annak vizsgálata. • A településmarketing gondolati előzményei, tudománytörténeti helye, kapcsolata más tudományokkal. • A településmarketing, mint összetett fejlesztési rendszer: összetett szemléletrendszer, célrendszer, célcsoportrendszer, marketing-alrendszer. • A területi termék jelentősége, kialakításnak módszere, lépései: a kínálati mix • Imázsépítés, identitásformálás: kommunikációs mix. • Hogyan építsünk településmarketing stratégiát? (Piacelemzés, stratégiai pozíció meghatározás, célképzés, marketingstratégia, értékelés, ellenőrzés).	
A 2-5 legfontosabb <u>kötelező</u> irodalom (jegyzet, tankönyv) felsorolása bibliográfiai adatokkal (szerző, cím, kiadás adatai, oldalak, ISBN):	
Piskóti István (2016): Régió és településmarketing Akadémiai Kiadó p. 400 ISBN 9789630597265	

A 2-5 legfontosabb ajánlott irodalom (jegyzet, tankönyv) felsorolása bibliográfiai adatokkal (szerző, cím, kiadás adatai, oldalak, ISBN):

Molnár Melinda (2013): Terület- és térségmarketing online jegyzet (elmélet és gyakorlat)

Piskóti I Dankó L- Shupler H. (2002): Régió- és településmarketing KJK Kerszöv Budapest p. 389. ISBN 963 224 683 7

Rechnitzer J- Lados M. (2004): A területi stratégiáktól a monitoringig (módszertan, gyakorlati praktikumok) Dialóg Campus Kiadó Budapest- Pécs p. 364, ISBN 9789639542181

Melyek azok a szakmai kompetenciák, kompetencia-elemek, készségek, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul (tudás, képesség, attitűd, autonómia és felelősség):

Tudás

- Ismeri a településmarketing alapfogalmait, célrendszerét és eszközrendszerét.
- Ismeri a területi versenyképesség és a településmarketing közötti összefüggéseket.
- Átfogó ismeretekkel rendelkezik a területi termék kialakításának folyamatáról, valamint a kínálati és kommunikációs mix elemeiről.
- Ismeri a településmarketing stratégia kidolgozásának főbb lépéseit, a helyzetelemzés, a célmeghatározás, a stratégiaalkotás és az értékelés módszereit.
- Ismeri a települési imázsépítés, identitásformálás és marketingkommunikáció korszerű elméleti és gyakorlati megközelítéseit.

Képesség

- Képes egy település vagy térség adottságainak komplex elemzésére marketing szempontból.
- Képes azonosítani a település versenyelőnyeit, értékeit és fejlesztési potenciálját.
- Képes a településmarketing stratégia alapvető elemeinek kidolgozására, valamint marketingeszközök kiválasztására és alkalmazására.
- Képes hazai és nemzetközi településmarketing-gyakorlatok összehasonlító elemzésére és értékelésére.
- Képes önálló problémamegoldásra, esettanulmányok feldolgozására és projektfeladatok elkészítésére.

Attitűd

- Nyitott a települések és térségek fenntartható fejlődését szolgáló innovatív marketingmegoldások alkalmazására.
- Elkötelezett a helyi értékek, identitás és kulturális örökség megőrzése és marketingalapú hasznosítása iránt.
- Törekszik a stratégiai szemléletre, a kreatív gondolkodásra és az együttműködésre a településfejlesztési feladatok során.
- Fogékony a társadalmi, gazdasági és környezeti szempontok integrált kezelésére.

Autonómia és felelősség

- Önállóan képes településmarketinggel kapcsolatos elemzések elkészítésére és fejlesztési javaslatok megfogalmazására.

- Felelősséggel alkalmazza a marketing szemléletet a települési és térségi fejlesztések során.
- Képes szakmailag megalapozott döntések előkészítésére és azok indoklására.
- Tudatosan törekszik arra, hogy a településmarketing eszközeit a fenntartható fejlődés, a helyi közösségek érdekei és a társadalmi felelősségvállalás szempontjainak figyelembevételével alkalmazza.