|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tantárgy neve: **Helyi gazdaságfejlesztés** | **Kódja:**  **NBT\_FD127K3** | **Kreditszáma:**  **3** |
| A tanóra típusa[[1]](#footnote-1): **előadás** és száma: **heti 2 óra** | | |
| A számonkérés módja (koll./gyj./egyéb[[2]](#footnote-2)): **kollokvium** | | |
| A tantárgy tantervi helye (hányadik félév): **6.** | | |
| Előtanulmányi feltételek *(ha vannak)*:**-** | | |
| **Tantárgyleírás**: | | |
| A tantárgy oktatásának célja:  Az 1980-as évek elejétől kezdve az Amerikai Egyesült Államokban és Nyugat-Európában, majd a rendszerváltás után Kelet-Közép-Európában a helyi önkormányzatok (elsősorban a városok) működésében több szempontból is változás következett be. Egyrészt nagyobb figyelmet kezdtek szentelni környezetüknek, az ott lezajló folyamatoknak, másrészt rádöbbentek, hogy a korábbinál sokkal kezdeményezőbb szerepet kell játszaniuk a rájuk bízott terület sorsának a formálásában. A tantárgy célja az ezen folyamatok eredményeként kiformálódott terület- és településmarketing legfontosabb sajátosságainak a feltárása  A tantárgy tematikája:  A kurzus során az alábbi kérdéskörök kapnak nagyobb figyelmet:   * A terület- és településmarketing általános megközelítésben * A terület- és településmarketing jelentkezése * A terület- és településmarketing kialakulásának okai * A hagyományos marketing és a terület- és településmarketing * A terület- és településmarketing szakaszai * A fejlesztést megalapozó elméleti vizsgálatok A SWOT-elemzés, Az önkormányzatok által követhető marketingpolitika, A piac-szegmentáció * A termékfejlesztés: Az infrastruktúra-fejlesztés, Az intézményi háttér megteremtése, A rendezvények, mint a termékfejlesztés részei, Az építészet felhasználása a terület- és településmarketingben * A kommunikációs tevékenység: Az üzenet tartalmának meghatározása, Az üzenet terjesztése | | |
| A **3-5** legfontosabb *kötelező,* illetve *ajánlott***irodalom** (jegyzet, tankönyv) felsorolása biblio­gráfiai adatokkal (szerző, cím, kiadás adatai, oldalak, ISBN) | | |
| * G.J. Ashworth – H. Voogd : A város értékesítése. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1997, 266. p. * Kozma Gábor: Terület- és településmarketing. Egyetemi jegyzet, Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen, 2003, 169. p. * Piskóti István – Dankó László – Schupler Helmuth: Régió- és településmarketing. KJK-KERSZÖV, Budapest, 2002, 389. p. * Sipos Katalin : A regionalizmus történeti és jogi aspektusai (Spanyolország, Olaszország, Franciaország). Magyar Tudományos Akadémia (Budapest), Állam- és Jogtudományi Intézet, Budapest, 1993 | | |
| **Tantárgy felelőse** (*név, beosztás, tud. fokozat*)**: Dr. Kajati György PhD adjunktus** | | |
| **Tantárgy oktatásába bevont oktató(k),** ha vannak(*név, beosztás, tud. fokozat*)**:**  **Dr. Tóth Antal PhD főiskolai docens** | | |

1. **Ftv. 147. §**  *tanóra:* a tantervben meghatározott tanulmányi követelmények teljesítéséhez oktató személyes közreműködését igénylő foglalkozás (előadás, szeminárium, gyakorlat, konzultáció) [↑](#footnote-ref-1)
2. pl. évközi beszámoló [↑](#footnote-ref-2)