

**Dr. Tóth Antal**  
**főiskolai docens**  
**EKF Földrajz Tanszék**

# **Helyi gazdaságfejlesztés**

Előadás - NBT\_FD127K3  
III. évf. Földrajz BSc képzés  
2008/09. II. félév

# Tematika

- I. 1. A terület- és településmarketing általános megközelítésben**
  - 1.1. A terület- és településmarketing jelentkezése
  - 1.2. A területi egységek versenyképességének vizsgálata
- II. 1.3. A terület- és településmarketing kialakulásának okai**
  - 1.4. A terület- és településmarketing sajátosságai
- III. 2. A terület- és településmarketing szakaszai**
  - 2.1. A fejlesztést megalapozó elméleti vizsgálatok
    - 2.1.1. A helyzetelemzés
    - 2.1.2. Az önkormányzatok által követhető marketingpolitika
    - 2.1.3. A piac-szegmentáció
    - 2.1.4. A fejlesztési prioritások meghatározása, tervek elkészítése
  - 2.2. A termékfejlesztés
    - 2.2.1. Az infrastruktúrafejlesztés, mint a termékfejlesztés része
    - 2.2.2. Az intézményi háttér megteremtése
- IV.**

- V. 2.2.3. A rendezvények, mint a termékfejlesztés részei**
  - 2.2.3.1. A rendezvények típusai
  - 2.2.3.2. A rendezvények hatásai
- VI. 2.2.4. Az építészet felhasználása a terület- és településmarketingben**
  - 2.2.4.1. A modern építészet alkalmazása
  - 2.2.4.2. A történelmi múlt emlékeinek alkalmazása
- VII. 2.3. A kommunikációs tevékenység**
  - 2.3.1. Az üzenet tartalmának meghatározása
- VIII. 2.3.2. Az üzenet terjesztése**

**Számonkérés, értékelés: írásbeli/szóbeli kollokvium**

## Kötelező irodalom

- ASHWORTH, G. J. - VOOGD, H. 1997: *A város értékesítése*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 264 p.
- **KOZMA G. 2007: *Terület- és településmarketing*. Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen, 178 p. (a külön nem jelölt ábrák forrása)**
- PISKÓTI I. - DANKÓ L. - SCHUPLER H. 2002: *Régió- és településmarketing*. KJK-KERSZÖV, Budapest, 389 p.

# Ajánlott irodalom

- AUBERT A. 2000: *Marketingföldrajz és városmarketing*. - In: Lovász Gy. - Szabó G. (szerk.): *Területfejlesztés - regionális kutatások: Tiszteletkötet Tóth József Professzor Úr 60. születésnapjára*. Pécs, pp. 257-270.
- FOJTIK J. 1999: *Városmarketing az Interneten - lehetőségek és eredmények*. *Tér és Társadalom* 1-2. pp. 75-88.
- GARAMHEGYI Á. 2000: *Településmarketing, mint a településfejlesztés eszköze*. PhD dolgozat, SZTE TTK, Szeged, 122 p. ([www.sci.u-szeged.hu/gafo](http://www.sci.u-szeged.hu/gafo))
- GORDOS T. 2000: *A városmarketing néhány kérdése*. *Tér és Társadalom* 2-3. pp. 183-193.
- JANKÓ F. 2002: *A hely szelleme, a településimage és településmarketing*. *Tér és Társadalom* 4. pp. 39-62.
- KOVÁCS Z. - MICHEEL, M. - UDVARHELYI G. 2002: *A poszt-szocialista városok változó imázsa és a városmarketing lehetőségei Budapest és Lipcse példáján*. *Földrajzi Értesítő* 1-2. pp. 113-137.

- KOZMA G. 1999: *A városmarketing elemeinek alkalmazása Debrecenben a rendszerváltás után*. Studia Geographica 7. Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen, 121 p.
- LENGYEL I. 2003: *Verseny és területi fejlődés, térségek versenyképessége Magyarországon*. JATEPress Kiadó, Szeged, 454 p.
- RECHNITZER J. 1995: *Vázlatpontok a településmarketing értelmezéséhez és kidolgozásához*. Tér és Társadalom 1-2. pp. 5-16.
- SIKOS T. T. 2000: *Marketingföldrajz*. VÁTI, Budapest, 240 p.
- ZSEBE P. 1999: *Az önkormányzati public relations helyzete Magyarországon*. Magyar Közigazgatás 12. pp. 690-704.