

## Hagyományok Völgye – Egy tematikus útvonal nagyratörő álmai

Két középkorú, ismerős házaspár találkozik a Budapestre tartó InterCity vonaton. József és Erzsike tősgyökeres miskolci, látogatóba készülnek a lányukhoz, aki családjával az egyetem befejezése óta a fővárosban él. Gábor és Kata tipikus „pesti”, minden szabadidejüket utazással töltik, s miután már számos országot és földrészt bejártak, az elmúlt években Magyarország szépségeit igyekeznek felfedezni. E hobbijuk persze nem véletlen – az utazási szakmában töltötték aktív éveiket. Ismeretségük is egy ugyanott eltöltött vakációnak köszönhető.

– Ti meg merre jártatok? – kérdezi Erzsike Katát, látva a bőröndjüket. – Kicsit fáradtnak is tűntök. Nem is látogattatok meg! – húzta fel sértődöttséget színelve az orrát.

– Hát nem is a városban voltunk – mosolyodott el Kata – hiszen azt már jól ismerjük, hála nektek is. Teljesen véletlenül akadtunk rá az interneten egy közeli kisváros kastély-programjára, s ott találkoztunk a Hagyományok Völgye tematikus út ajánlatával is. Úgy döntöttünk, rászánunk pár napot, úgysem jártunk még ezen a világvége vidéken.

– Milyen völgy? Milyen világvége? – fordult oda József is. – Azért annyira nem vagyunk eldugott helyen. Hiszen Miskolcot ma már mindenki sokkal inkább a látnivalóiról és a kulturális rendezvényeiről ismeri. De erről a hagyományos, vagy milyen, völgyről még én sem hallottam.

– Na, akkor jól figyeljetelek, mert annyit mesélünk, hogy nem fogunk unatkozni az úton! És megismerhetitek ti is, hiszen oly sok mindenre nem jutott idő, hogy visszajöjünk még ide, de akkor már mehetünk együtt is! – mondta Gábor, s feleségével mesélni kezdtek.

### Hagyományok Völgye

Van egy csodaszép, lankás dombokkal tarkított vidék Észak-Magyarországon, „ahol a csend még hallható”. Aprófalvas térség, sok hátrányos helyzetű településsel, jellemző a magas munkanélküliség, a helyi vállalkozói kedv alacsony szintje, a fiatalok elvándorlása. Ugyanakkor igen gazdag történelmi és kulturális látnivalókban, hagyományokban, műemlékekben, a szomszédságában található a Világörökség részévé vált nevezetes cseppkőbarlangok. A terület Szlovákiával határos, csodálatos természeti képződmények és kulturális értékek várnak a határ túloldalán is, sőt, a világörökségi cím is közös. Egyértelműen a turizmus – és a hozzá kapcsolódó szolgáltatások – lehet a legígéretesebb kitörési pont a térség újjászületésében. Felismerte ezt a rendszerváltás környékén létrejött településszövetség is, akik számos térség- és gazdaságfejlesztési, helyi foglalkoztatási programot dolgoztak ki, s ezekben meghatározó szerep jutott a turizmusnak is. Kezdeményezéseik mellé állt a Megyei Idegenforgalmi Hivatal is, támogatta szakmai programjaikat, segítette a marketing munkát. A Hivatal helyet adott a megyei falusi turizmus egyesületnek is, melynek példaértékű tagja volt a Dombvidéki Szervezet. A térségben hamarosan Tourinform iroda is nyílt, részeként a kiterjedt megyei hálózatnak, ezt kezdetben a településszövetség önállóan, majd pedig a meghatározó kisváros önkormányzatával közösen működtették. Megindult a fellendülés, lassan de biztosan nőtt az ismertség.

– Ott voltak minden turisztikai kiállításon, nagyon szép kiadványokkal és remek programajánlatokkal. Még üdülési csomagok is megjelentek, főleg a falusi szálláshelyeket népszerűsítették – mondta Kata – Mi is ott figyeltünk fel rá először, csak akkoriban másfelé utazgattunk.

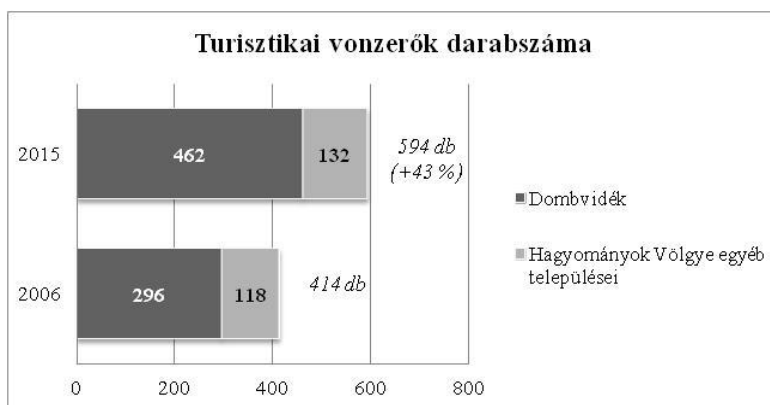
– Látnivaló viszont van bőven, különösen az elmúlt években változtak sokat – veszi át a szót Gábor. – A központi kisvárosban gyönyörűen helyreállították a barokk kastélyt, ami kiindulópontja lehet a térség felfedezésének. Nagyon szépek a kis falusi templomok, a még sok helyen látható hagyományos parasztházak, gyűjtemények, de vannak kiváló helyi termékek is, mint pl. a méz vagy a pálinka, itt van a világ legnagyobb könyve is – mosolyodik el. – A világörökségi cseppkőbarlang pedig felejthetetlen.

– Amikor ott jártunk, átruccantunk még Szlovákiába is, kár, hogy a barlangon keresztül nem lehetett, pedig meglenne az átjárás – teszi hozzá Kata.

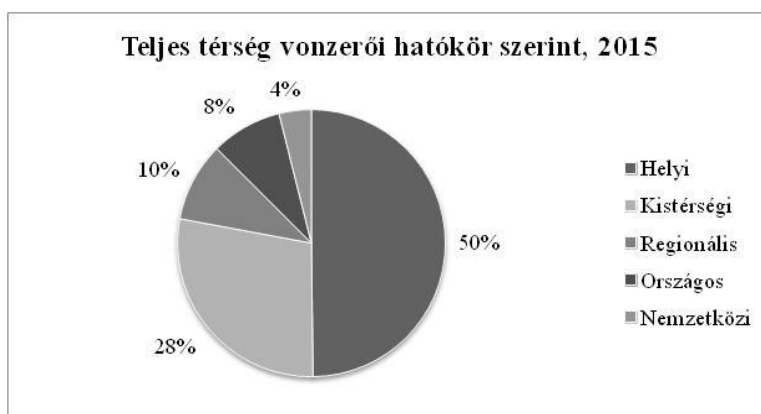
– Nem is gondoltam volna, pedig itt élünk a szomszédban – hüledezik Erzsike, - ennyi látnivalóra biztosan a külföldiek is kíváncsiak.

– Külföldi turistával szinte egyáltalán nem találkoztunk – válaszolja Kata, - csak a barlangi túrán volt néhány, mivel hallottam, hogy valaki angolra fordítja pár embernek a túravezető mondandóját. Szerintem a sok vonzerő inkább a környékbeli és a magyar vendégeknek jelentene élményeket, hiszen ismerős múltunkhoz, hagyományainkhoz kapcsolódnak.

Valóban sok a látnivaló a térségben – ezt bizonyítja a turisztikai vonzerőleltár is:



1. ábra: Turisztikai vonzerők mennyiségének változása a regionális stratégia és egy közelmúltbeli projekt-felmérés eredményeinek tükrében



2. ábra: A térségben a helyi és a kistérségi hatósugarú vonzerők dominálnak

– És mondjátok csak – kérdezi József, – ha már bennünket így kihagytatok az egészből, hol aludtatok?



3. ábra: Szálláshelyek típus szerint a térségben (2015 őszi adatok)

– Hát nem volt egyszerű – feleli Kata – ha már vidékre mentünk, szerettünk volna egy hangulatos kis parasztházban megszállni, tudjátok, olyan kemencésben, Mari nénisben, aki süt-főz nekünk helyi finomságokat. De alig találtunk ilyet, csak pár ház közül tudtunk választani az Országos Falusi Szövetség honlapján.

Ne tévesszen meg senkit a kereskedelmi szálláshelyek viszonylag magas száma; ezek közül csupán hat darab szállodai besorolású, a zöme ifjúsági szálláshely, tábor vagy kis panzió. Sokkal meghökkentőbb azonban, hogy a településeken működtetett falusi szállások csupán 16,4 %-a rendelkezik a napraforgós védjeggyel. Ezért is lehet olyan nehezen találni megfelelőt, hiszen pl. az Országos Falusi Szövetség is csak a garantált minőségű házak számára biztosít marketing lehetőségeket.

– Azt mondtátok, hogy ez a Hagyományok Völgye valamilyen útvonal. Mi is az pontosan? – kérdezi Erzsike.

## Tematikus utak

A tematikus utak olyan ajánlatok, turisztikai termékek vagy csomagok, melynek mentén egy szűkebb vagy tágabb térség látnivalóit és nevezetességeit egy bizonyos téma mentén fűzik fel. Így kevésbé ismert települések, kis helyi látnivalók, eldugottabb helyek iránt is felkelthető az érdeklődés. Egyszerre szolgálják a kikapcsolódás, élményszerzés és ismeretszerzés céljait. Gyakran használják az útvonalak kialakítását arra is, hogy új köntösben, más oldalról mutassanak be egy már ismert területet – így például újra-pozícionálható egy térség. Az útvonalak ajánlása lehet egy jól átgondolt marketing-fogás is. Sok esetben az útvonal alapú turisztikai termékfejlesztés egyben vidékfejlesztési eszköz is, különösen a hátrányos helyzetű, periférikus térségekben alkalmazható jól, amennyiben megfelelő helyi vállalkozói kedv társul hozzá, s erősek a helyi közösségek is. Anélkül ugyanis nem lehet útvonalat sem fejleszteni, hogy ne alulról, a helyi közösség identitás-tudatára épülve merülne fel az az igény, hogy értékeiket, hagyományait megmutassák a nagyvilágnak. A korszerű turisztikai termékfejlesztésben az élmény, az örökség bemutatása, az autentikusság, a helyi termékek és márkák kialakítása jelenti a sikerhez vezető utat. Az örökségturizmus ma az egyik markáns válasz a világ utazási trendjeire.

A tematikus utak kialakítása – a fentiekén túl – számos további előnyt is jelenthet. A szolgáltatók, vállalkozók számára például a szezon meghosszabbítását, új vendégkör elérését, együttműködések kialakítását, bizonyos költségek csökkentését. Programcsomagok kialakításával a szervezett utaztatás is megcélozható. Az utazó pedig időt, energiát és pénzt spórolhat, ha kész ajánlatok közül választhat, s a keresgélés helyett csak az élményekre koncentrálhat. Arról nem is beszélve, hogy egy-egy útvonal bejárása során olyan helyekre is eljuthat, amit korábban nem ismert, vagy „magától” nem kereste volna fel.

Így jött létre 2010-ben a Hagyományok Völgye kezdeményezés is, amely a Dombvidék településeit, bevonva a közeli világörökségi térséget is, a helyi történelmi, kulturális, népi és kézműves hagyományokra építve fogalmazta újra. S nem csupán e vidék településeit vette sorra, terveket fogalmaztak meg a szomszédos szlovák térség bevonására is, egyfajta továbbfejlesztés lehetőségeként. A projekt keretében hét, korszerű turisztikai szolgáltatások nyújtására alkalmas, műemléki vagy műemléki környezetben fekvő épületet újítottak fel vagy építettek; 15 történelmi – kulturális témájú kiállítást hoztak létre; 3 turisztikai fogadó- és tájékoztató pontot és pihenő helyet alakítottak ki; 5 db 3-8 km-es történelmi tanösvényt jelöltek ki az autóval nem járható végpontok között. Mindezt marketing tevékenységek (táblák, kiadványok, honlap) egészítették ki, valamint munkaerő képzésére is sor került.

– Akkor igazán könnyű dolgok voltak, amikor a túrát terveztétek – mondta József, – hiszen csak oda kellett telefonálni, és mindent megszervezték nektek.

– De szép is lett volna! – válaszolta Kata, – sajnos nem találtunk senkit, aki ezzel foglalkozna, így mindennek mi magunk jártunk utána. Nem volt könnyű, sok időbe is telt, de ha már egyszer elhatároztuk, úgy döntöttünk, végigcsináljuk.

– Jó sokat kellett az internetet böngészni, mire mindent összeszedtünk – teszi hozzá Gábor a fejét csóválva, – legalább egy információs irodát találtunk volna...

Bizony, itt van a kutya elásva... A turisztikai szervezetek nagy átalakuláson mentek keresztül. A Megyei Idegenforgalmi Hivatalt 2003-ban megszüntették; a falusi turizmus egyesület is csak mostanság szerveződik újra. Ezzel a megyei szintű turisztikai marketing tevékenységek is folyamatosan véget értek, a megyei Tourinform iroda is megszűnt 2010-ben. A dombvidéki információs iroda már évekkorábban bezárt, legközelebb csak a cseppkőbarlangnál van még ilyen iroda, prioritásai azonban nyilván a saját területére koncentrálnak. A településszövetség is egyre kevesebb erőforrással rendelkezik. A térség, bár próbált volna igazodni a legújabb szervezeti keretekhez, nem tudta kihasználni a turisztikai desztináció menedzsment szervezetek kialakítását segítő pályázatokat sem, mivel nem tudta hozni az elvárt mutatószámokat (pl. vendégszám, vendégéjszakák száma, helyi idegenforgalmi adó tekintetében). Megmaradtak még a lelkes helyi fejlesztők, igaz, egyre kevesebben, s egyre nehezebb mások lelkesítése és bevonása is. A kérdés pedig egyre nagyobb betűvel jelentkezik: Hagyjuk veszni az eddigi eredményeket? Hogyan tovább?

– Pedig a válasz egyszerűnek tűnik – mondja Kata – a helyi önszerveződés. Valamilyen alkalmas szervezeti keretet kellene kitalálni, aki megfelelő „gazdája” tudna lenni az útvonalnak. Sok program, rendezvény kellene, naprakész honlap, ahol mindent egy helyen megtalálsz. És leginkább a szervezés!

– Elég hihetetlen, hogy ennyi település és vállalkozás nem tud összedobni évente annyi pénzt, hogy egy ilyen iroda vagy szervezet létre jöhessen – ingatja a fejét József. – Miskolcon ez azért nagyon jól működik; talán azért, mert ez egy nagy város, biztos több pénzük van.

– Biztos, hogy ez csak a pénzen múlik? – kérdezi Kata. – De ha igen, akkor is lehet korszerű, innovatív szervezeti kereteket kitalálni. Olyan sok jó példa van a világban...

– Amíg az asszony keresgélt, én találtam egy érdekes cikket erről a térségről, valójában csak megerősítette, hogy érdemes ide ellátogatni – mondja Gábor. – Ugyanakkor azt is olvastam, hogy készítettek nemrég egy felmérést... hát, érdekes eredmények születtek. A Dombvidékre látogatóknak majdnem a 60 %-a csak egynapos kirándulás keretében érkezett oda; 80 %-uk pedig miskolci vagy Borsod-Abaúj-Zemplén megyei. Ja, és majdnem 80 %-uk nem is hallott még a tematikus útvonalokról.

– Mint ahogy mi sem – nevet Erzsike, – de most már egy re kíváncsibbá tettetek. Tényleg nem ismerjük ezt a vidéket, pedig itt élünk a szomszédban. Mikor is akartok újra eljönni ide?

– Érdekes, hogy senki nem szervez még egynapos kirándulásokat sem – teszi hozzá elgondolkodva József, – pedig tavaly többször voltunk egy helyi utazási irodával ilyen egy napos kiruccanásokon, például Boldogkőváralján, igaz, Erzsikém? A helyi újságban olvastunk róla.

– Pedig ha eltalálsz aztán egy helyre, igazán kedves és vendégszerető emberekbe botlasz, akik vég nélkül tudnak a helyi nevezetességekről mesélni, olyan történeteket is, amikről máshol nem olvashatsz. Egyikük elmesélte, hogy a kezdeti buzgalom még nemzetközi álmokat is dédelgetett – mondja Kata.

### **Európai Kulturális Útvonalak**

Az Európa Tanács 1987-ben indította el Kulturális Utak programját, azzal a céllal, hogy ezzel is demonstrálja: az egyes országok kultúrája és öröksége szerves része a közös európai örökségnek. Az Európai Kulturális Útvonalak célja a professzionális és fenntartható örökség-menedzsment, a kulturális örökség megóvása – a helyi közösségek társadalmi jólétének és gazdasági fejlődésének érdekében, miközben azok megőrizhetik kulturális autentikusságukat és sokszínűségüket. Az Európai Kulturális Útvonalakat történelmi nyomvonalakra és a nemzeteken átívelő kulturális koncepcióra lehet építeni. A Kulturális Útvonalak segítségével minden európainak módja lehet megismerni és jobban méltányolni saját kultúráját, történelmét és örökségét. A Kulturális Útvonalak a kultúra és a turizmus együttműködésén alapulnak. Jelenthetnek egy tényleges útvonalat vagy utat, mely már használatban van; jelentheti helyek vagy történelmi / természeti létesítmények hálózatát; jelenthet egy meghatározott földrajzi területet, mely egy általános témakörrel kapcsolatos; illetve jelenthet egy régiókon és országokon áthaladó útvonalat, amelyet egy történelmi, művészeti vagy társadalmi témakör jellemez.

Az Európai Kulturális Útvonalak kialakítását és a velük szemben támasztott elvárásokat Európa Tanácsi rendeletek szabályozzák. A Kibővített Területi Megállapodást 2010-ben fogadta el a Miniszterek Tanácsa, melyet eddig 27 ország írt alá. Magyarország 2013-ban lett a tagja, s a jelenleg akkreditált 33 útvonalból hat érinti.

Az új jelentkező útvonalaknak igen komoly kritériumrendszert kell teljesíteni, melyet rendszeresen ellenőriznek. A címmel már rendelkezőket három évente értékeli újra.

– Képzeljétek – meséli Kata, – tavaly sikerült közelebről is megismerkednem ezzel a nemzetközi programmal. Mint a Kulturális Útvonalak Európai Intézetének szakértője, egy meglévő, fiatal útvonal értékelését kellett elvégezniem. Fantasztikus élmény volt látni azokat a lelkes embereket, akik az útvonal menedzselését ellátó egyesületben dolgoznak. S ők ugyanolyan pénzügyi gondokkal küzdenek, mint a mi szakmai szervezeteink, de sokkal jobban hajtja őket az elhivatottság, és az örökségük, értékeik szeretete.

– Akkor mégis miben jobbak, mint mi? – kérdezi József.

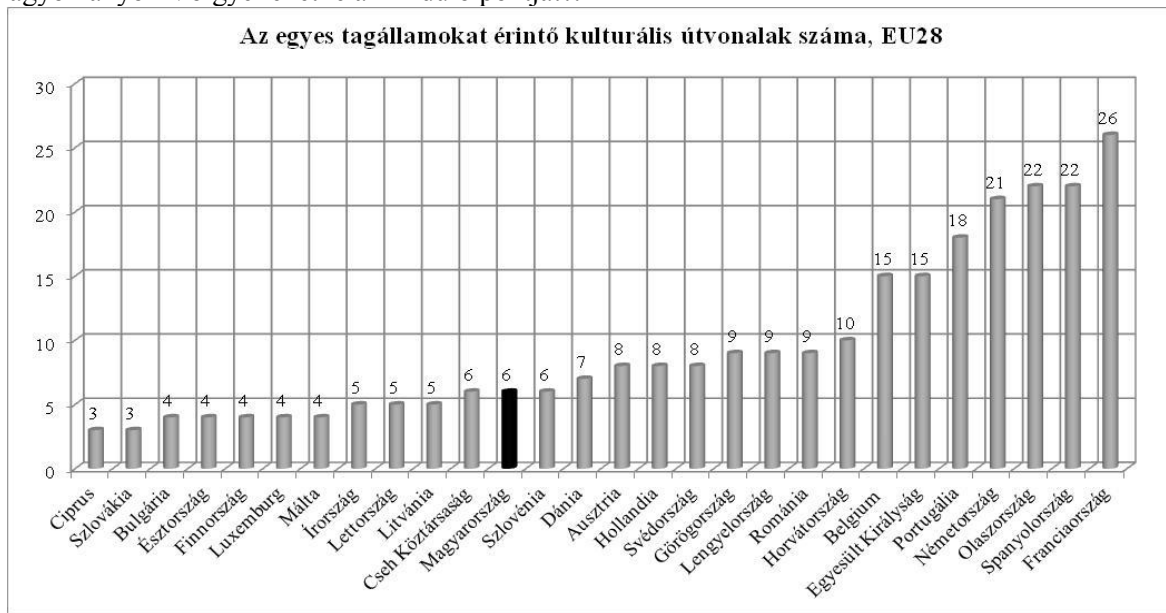
– Tudjátok, az egyik feltétel, hogy legyen egy felelős, jogi státusszal rendelkező menedzsment szervezet. Ez ott, ahol voltam, egy egyesület, és elsősorban a tagdíjai vannak bevételként, ami igazából semmi komolyra nem elég. De a tagszervezetek, múzeumok, intézmények, turisztikai ügynökségek a saját tevékenységeik közé is beillesztették a témát, közösen készítenek kiadványokat és szerveznek rendezvényeket. Kiemelt figyelmet kell fordítani az ifjúságra, a művészetekkel való kapcsolatra, a tudományos háttérre is, de remek turisztikai ajánlatokat is kidolgoztak.

– Ha mindenki csak egy kicsit rak a közösbe, és egy márkanév alatt népszerűsítik, már előrébb lehetne tartani itt is – teszi hozzá Gábor.

– És mi az a nagy álmom? – kérdezi József.

– Pár hete voltam a bizottság előtt beszámolni az értékelésről – folytatja Kata. – Az elnöke szerint, akivel sok mindentről beszélgettünk, a közép-kelet-európai országok nem igazán aktívak ebben a programban; ha megnézzük a jelenlegi útvonalakat, a nyugati országok túlsúlya a jellemző. Gondoljatok bele, ha ezek a volt szocialista országok, vagy legalábbis néhányan, például egy ilyen, hagyományokra,

kézművességre, népművészetre épített útvonalat képesek lennének összehozni... S mindennek ez a Hagyományok Völgye lehetne a kiinduló pontja...



4. ábra: Az Európai Kulturális Útvonal címmel rendelkező útvonalak megoszlása az egyes EU tagállamok között (2016-os adatok alapján)

– Na, ne álmodozzunk tovább, mert mindjárt megérkezünk Budapestre! – mondja Gábor, kitekintve az ablakon, – hol vagyunk még mindehhez, amikor egy helyi szervezőt sem találtunk.

– Minden esetre, nagyon örülök, hogy összetalálkoztunk, és megosztottátok velünk az élményeiteket – mondja Erzsike. – El is fogom mesélni a lányomnak, hiszen ahogy kivettem a szavaitokból, elvihetné oda osztálykirándulásra a tanítványait.

– Ó, milyen jó ötlet – mondja Kata, – hiszen az a kis falu, ahol végül is megszálltunk, akár mesefalu is lehetne, hiszen magyar népmesék figuráiba lehet lépten-nyomon botlani, és még ilyen témájú kiállítás is van. Ha jól emlékszem, azt mondták, erdei iskolát is szerveznek. Biztosan tetszene a gyerekeknek. Én is el fogom mondani a kézimunka-klubban, mert az öreglányok is szívesen járnak kirándulni.

Ekkor a vonat megállt az állomáson, párjaik elköszöntek egymástól. De sokkal elégedettebbek voltak, mint az induláskor: József és Erzsike magukban már a következő közös kirándulást tervezték, Gábor és Kata pedig örültek, hogy új embereknek mesélhettek erről a csodás, értékes vidékről.

*A személyek – a valósághoz való mindennemű hasonlóság ellenére – kitaláltak. A térség, a tematikus útvonal és a szervezetek elnevezését szándékosan változtattuk meg, az útvonal és az említett fejlesztések azonban valóságok. Az ábrákon és a szövegben található adatok szintén a valóságnak megfelelnek, létező, 2015 őszén keletkezett kutatási eredmények. Az államvizsgázók kedvéért azért eláruljuk, hogy a Dombvidék nem más, mint a Cserehát térsége, Borsod-Abaúj-Zemplén megyében, az „egykori Észak-Magyarország Turisztikai Régióban..*

#### **Alapkérdések:**

1. Értékelje az észak-magyarországi turisztikai régió versenyképességét a kulturális turizmus piacán! Hogyan illeszkedik a „régió desztinációja” a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 elképzeléseihez?
2. Ismertesse a kulturális turizmus – örökségturizmus – kulturális útvonalak összefüggéseit! Mutassa be röviden a régióban található tematikus útvonalakat, mint jellemző turisztikai termékeket!
3. Ön egy konferenciaszervező cég ügyvezetője, amely elnyerte a Dombvidéki Fesztivál keretében szervezett szakmai konferencia rendezési jogát. Hogyan történik egy profi cég kiválasztása erre a feladatra? Melyek a konferenciaszervezés alapvető szakmai ismeretei? Váolja fel a tervezett konferencia tartalmát, forgatókönyvét!
4. A konferencia mellé szakmai tanulmányutat is szerveznek. A post-congress tour a Dombvidék látnivalóit mutatja be, átmenve a szomszédos Szlovákiába is. Állítsa össze a tanulmányút programját (indokolja is), és készítse el az előkalkulációját is! Foglalja össze röviden a turisztikai csomagajánlatok készítésének szabályait, az utazásszervezés alapismereteit!

5. A Stílusos Vidéki Éttermiség szellemében a Hagyományok Völgyében válasszon egy helyszínt, ahol létesítene egy vendéglátó egységet és ismertesse, hogy a modern konyhatechnológiai eljárásokkal milyen ételeket készítené és milyen italokat kínálna hozzá?
6. A Hagyományok Völgyében egy Ön által választott helyszínen tervezzon meg egy bisztrókonyhát és ismertesse a vendéglátóhely kialakításának immateriális és materiális feltételeit!
7. Ön az Északi Várak Útja kulturális útvonalat menedzselő szervezet vezetője. Mutassa be (sorolja fel) az útvonal állomásait az észak-magyarországi turisztikai régióban! Milyen marketing eszközöket használ az útvonal népszerűsítése érdekében? Egy-egy, eltérő típusú látnivaló esetében térjen ki a turizmusmarketing speciális kérdéseire (pl. múzeum, bemutatóhely, interpretáció, kommunikációs eszközök)!
8. Ön egy kis családi szállodát kíván létrehozni a Hagyományok Völgye mentén egy vidéki kisvárosban, amely az útvonal egyik állomása is. Melyik ez a település és milyen egyéb attrakciókkal rendelkezik még? Melyek a szállodaberuházás legfontosabb lépései, kritikus pontjai? Foglalja össze, milyen színvonalú, kapacitású szállodát alakítana ki! Mutassa be a tervezett szolgáltatásokat!
9. Egy családi szálloda tulajdonosaként készítse el a létesítmény humán erőforrás tervét! Foglalja össze a menedzsment (elsősorban a Front Office és a Housekeeping menedzserek) legfontosabb feladatait arra az időszakra, amikor a településen a Dombvidéki Fesztivál zajlik!
10. Megvalósult a Hagyományok Völgye kulturális útvonal az észak-magyarországi régióban. Tervezzon meg egy olyan kampányt, mellyel a szomszédos országokban népszerűsítene az új kulturális útvonalat! Milyen célcsoportnak szervezné a kampányt, milyen kommunikációs és egyéb eszközöket venne igénybe? Választását indokolja is!

#### **Desztináció-menedzsment szakirány kérdései:**

---

1. Milyen eszközökkel, módszerekkel ösztönözné a kulturális útvonalak fejlesztése kapcsán szükséges kooperációra, együttműködésre az érintett vállalkozásokat, attrakciógazdákat stb.? Miként érvelne egy turisztikai klaszter létrehozása mellett?
2. Állítson össze egy, a belföldi, az ország más részeiből régióba irányuló turizmust ösztönző kommunikációs, értékesítés-ösztönző kampánytervet! Készítsen több alternatívát a rendelkezésre álló büdzsé nagyságának függvényében!
3. Ön a regionális TDM szervezet egyik termékmenedzsere, aki azt a feladatot kapja, hogy a régió fejlesztési stratégiája alapján – egy több éves fejlesztési projekt keretében –, építve minden eddigi (sikeres vagy kevésbé sikeres kezdeményezésre), projekt-menedzserként hozza létre az Északi Várak Útja kulturális útvonalat. Melyek a sikeres turisztikai termékfejlesztés mérföldkövei? Hogyan és kikkel valósítja meg a szükséges együttműködést, milyen szereplőket fogna össze? Választását indokolja is! Fogalmazza meg a projekt hosszú és rövid távú célkitűzéseit is!
4. Hogyan, milyen elemzésekre, kutatásokra, információkra épülően készítené el az új kulturális útvonal marketing stratégiáját! Vácolja fel, tervezze meg a kutatási programot, s adjon egy költségbecslést hozzá!
5. Értékelje egy választott helyi, térségi vagy regionális desztináció internetes portálját, honlapját! Milyen tartalmakat, megoldásokat tart szükségesnek? A digitális marketing alkalmazásának milyen további lehetőségeit látja? Indokolja véleményét, javaslatait!

#### **Kulturális turizmus szakirány kérdései:**

---

1. Mutassa be Borsod-Abaúj-Zemplén megye kulturális erőforrásait, különös tekintettel az örökségturizmus alapjaira! Értékelje ezek jelenlegi turisztikai hasznosítását, s mutasson rá új lehetőségekre!
2. Melyek a rendezvény, fesztiválturizmus jellegzetességei! Mely régiós rendezvények kapcsolhatóak a kulturális úthoz, illetve milyen új rendezvények, fesztiválok kialakítása lenne célszerű? Fogalmazza meg véleményét, fejlesztési javaslatait!
3. Melyek a múzeum-látogató turizmus típusai, motivációi? Mutassa be e turizmus-terület új irányait, fejlődését, fejlesztési módszereit egy már meglévő konkrét, vagy a témában kialakítható új bemutatóhely példáján!
4. Jellemezze a régió hivatás-turizmusát, mutassa be a MICE lehetőségeit, fejlesztési feltételeit, különösen az örökségturizmus, kulturális útvonalakhoz kapcsolódóan!
5. Értékelje egy választott kulturális, tematikus útvonal internetes portálját, honlapját! Milyen tartalmakat, megoldásokat tart szükségesnek? A digitális marketing alkalmazásának milyen további lehetőségeit látja? Indokolja véleményét, javaslatait!