**FOGALOMTÁR3 3.3. ppt-hez, ABC sorrendben:**

* Áfa: Általános forgalmi adó. A forgalmi adó egy típusa, mely termékek/szolgáltatások eladásához kapcsolódik. A végfogyasztásra vetik ki, ezért megfizetésével elméletileg minden vásárló az elfogyasztott termék értékével arányosan járul hozzá a közteherviseléshez. Az áfa megfizetése a vásárlót terheli. Az áfa mindig a termék/szolgáltatás értékével arányos. Bruttó érték = Nettó érték + Áfa. A magyarországi 27%-os áfa az Európai Unióban a legmagasabb.
* Árpolitika a turizmusban: Az ár az utazási döntéshozatal meghatározó tényezője, a desztináció mellett a legfontosabb döntési kritérium. Sok esetben az ár határozza meg a desztinációt is, ahova a turista utazni akar. Az ármeghatározás befolyásolja a profitot, a vendégek számát, elégedettségét, ill. a turisztikai szolgáltató sikerességét. Az ár felső korlátja leggyakrabban a fizetési hajlandóság, alsó korlát a költség. A turizmusban kevésbé a konkrét árnak, nagyobb mértékben az árszínvonalnak van jelentősége. A kapacitás-kihasználtság növelése érdekében különböző taktikákat alkalmazhatnak (firs – last minute árak, szezonális árak, csoport kedvezmények, életkorhoz köthető kedvezmények, stb).
* Brand: A fogalom összefoglalja egy termék, egy szervezet, akár egy szolgáltatás arculatát, szlogenjét, logóját és mindazt, amit a fogyasztók, alkalmazottak és egyéb érintettek képzelnek a márkanév hallatán az adott termékről, szolgáltatásról, szervezetről (előnyök, értékek, kultúra, közösség), és amellyel markánsan megkülönböztethető a termék a piaci versenytársak hasonló termékétől.
* Garantált programok: a meghirdetett programot a résztvevők számától, időjárástól függetlenül megszervezik, lebonyolítják az előre jelzett időpontban. Jelentősége: Nem kell várni a megfelelő számú résztvevőre, mindenképpen részt tudunk venni a meghirdetett programon. Legújabban regisztrációhoz kötik.
* Hozzáadott érték: A hozzáadott érték a közgazdaságtan egyik alapfogalma. Azt az értéket mutatja meg, amennyivel az egy adott céghez beáramló anyagok (vagy alvállalkozói teljesítések) értékét sikerült megnövelni az eladáskor. A hozzáadott érték az, amiből a cégek élnek. Ebből lehet kifizetni a marketing költségeket, a béreket, a rezsi költséget, az adókat, a beruházásokat és a tulajdonosoknak fizetett osztalékot. <https://effectsys.hu/hozzaadott-ertek/>
* Ifa: Idegenforgalmi adó. Egy helyi adónem, azaz meghatározása, kivetése és elszámolása az önkormányzatok hatáskörébe tartozik. Tételes vagy százalékos módon számítható. Az adónemmel minden szállás bérbeadásnál, így a magánszálláshely kiadása esetén is találkozunk, amely a számlán külön tételként van feltüntetve. Megkezdett vendégéjszakák esetén szemelyenként és vendégéjszakák szerint vetik ki.
* Közvetlen költség az utazásban: A szolgáltatási csomag árát jelenti (utazás, szállás, étkezés, programok, BBP), amit a fogyasztónak muszáj elviselni. Meghatározzák a szektorális jellemzők, szezon, csoportlétszám, foglalás módja, versenytársak, stb.
* Közvetett költség az utazásban: Annak a költségei, hogy hozzájussunk az utazási szolgáltatáshoz (internet előfizetés, vízum, oltások, stb).
* Klaszter: A klaszter egy különleges együttműködési forma, olyan gazdasági – illetve esetenként tudományos és egyéb - szereplők hálózata, amelyek ugyanabban az ágazatban dolgoznak, illetve azonos ágazatokat fognak össze, a közös és kölcsönös előnyök megszerzése érdekében. A klaszter hosszútávú együttműködésre jön létre, vagyis nem egyetlen, körülhatárolt projektre például, hanem általánosabban megfogalmazott, hosszútávú célok érdekében. <https://www.origo.hu/jog/20160810-klaszter-dessewffy-david-ugyvedi-iroda.html>
* Marketing: A marketing minden olyan tevékenység, amely célja, hogy egy terméket vagy szolgáltatást (akár a gyártótól, akár egy értékesítőtől) eljuttass a fogyasztóig. Beletartozik tehát a termék vagy szolgáltatás megtervezésének folyamata, a potenciális kereset megállapítása, a reklámtevékenység, és a termék vagy szolgáltatás eljuttatása a vásárlóhoz.
* Márkázás: Márkajelzéssel ellátni a terméket, szolgáltatást. A terméknek valójában a márkája kölcsönöz igazi jelentést, így a márka a pozícionálás alapja. Márkajelzés nélkül igen nehezen tudnánk megkülönböztetni egyes termékeket egymástól, márkázva mégis jelentős különbségek (ár, imázs, stb.) vannak közöttük.
* Ötletmenedzsment: A feladatban vagy a cég életében részt vevő személyek csoportos összejövetel formájában tartanak eszmecserét. Az érintettek elmondják véleményüket, javaslataikat. A megbeszélések alatt gyakran a vezető egy flip chart táblán vezeti a felmerült kérdéseket, gondolatokat – amelyek nagyban segíthetnek egy-egy ötlet / feladat pontos kivitelezésében.
* TDM: Turisztikai Desztináció Menedzsment szervezete. A desztináció vonzóvá tétele érdekében szükséges tevékenységek és eszközök összessége. Célja a fenntartható és versenyképes turisztikai rendszer kialakítása és működtetése. Összefogja a turisztikai desztináció termékeinek és szolgáltatásainak előállításában közreműködőket és a fejlesztésben érdekelteket.
* Turisztikai élmény: Az utazás során átélt eseményekből/történésekből alakul ki. Személyessé vált tapasztalat. Keresleti oldalon a fogyasztói magatartás meghatározó eleme a fogyasztói döntés révén megszerzett élmény, a kínálati oldalon pedig az egyetlen jelentős versenyelőny abból származik, hogy egy vállalat milyen intenzitású élményt képes terméke vagy szolgáltatása megvásárlójának és elfogyasztójának nyújtani.
* Védjegy rendszer: Jogi fogalom. A védjegy olyan márka vagy márkaelem, ami jogi oltalmat élvez, és kizárólagosan a védjegy birtokosa használhatja. (Dél-dunántúli Ökoporta)