

TUİ638 - DIGITAL PROMOTION AND SOCIAL MEDIA MANAGEMENT IN TOURISM - Turizm Araştırmaları Enstitüsü - Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

General Info

Objectives of the Course

To teach students digital marketing strategies in the tourism sector, analyze the impact of social media platforms on destination and business management, and provide effective content management skills.

Course Contents

Digital tourism ecosystem, social media platforms in tourism (Instagram, TripAdvisor, etc.), content marketing, influencer collaborations, online reputation management, digital advertising, and data analytics.

Recommended or Required Reading

Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7>
Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Discussion, narration

Recommended Optional Programme Components

Completion of Google Analytics and Meta Business Suite basic certification programs. Additional seminars on the use of artificial intelligence (AI) tools in tourism promotion.

Instructor's Assistants

Dr. Lokman Dinç

Presentation Of Course

face to face

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Assoc. Prof. Dr. Ozan Atsız

Program Outcomes

1. To be able to define the development and fundamental concepts of social media within the tourism industry
2. To be able to explain social media communication processes for tourism enterprises
3. To be able to evaluate how digital technologies and new economic conditions affect tourist behavior
4. To be able to evaluate how digital technologies and new economic conditions affect tourist behavior
5. To be able to explain digital tourism technologies and social media-based destination marketing strategies
6. To be able to explain different social media tools used in tourism (e.g., TripAdvisor, Instagram) and their specific uses
7. To be able to describe the use of social media in tourism public relations and online reputation management
8. To be able to explain the processes of analysis, measurement, and reporting in social media for tourism businesses

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Evolution of Social Media in Tourism	
2	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Building Blocks of Social Media and Tourism Ecosystem	
3	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Social Media and Tourism Marketing	
4	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Destination Marketing Strategies on Social Media	

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
5	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Digitalization and the New Tourist Profile: Digital Natives	
6	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Network Structures and Power of e-WOM in Tourism	
7	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Social Networking Platforms: Facebook and LinkedIn (Tourism Management Perspective)	
8	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Mid term exam	
9	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Publishing Platforms: Visual Storytelling in Tourism (Instagram, Pinterest, Blogs)	
10	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Entertainment Platforms: Experiential Tourism on TikTok and YouTube	
11	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Social Media Campaign Planning for Tourism Businesses	
12	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Social Media Analytics, Metrics, and ROI in Tourism	
13	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	New Media in Tourism Advertising and Programmatic Buying	
14	Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer.	Narration, discussion	Social Media and Online Reputation Management (PR) in Tourism	

Order PreparationInfo**Laboratory TeachingMethods Theoretical Practise**

- | | | | |
|-----------|---|-----------------------|---|
| 15 | Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7

 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer. | Narration, discussion | Case Studies: Successful Social Media Campaigns in the Tourism Industry |
| 16 | Van Looy, A. (2022). Social media management: Using social media as a business instrument (2. baskı). Springer Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-99094-7

 Rana, N. P., Slade, E. L., Sahu, G. P., Kizgin, H., Singh, N., Dey, B., ... & Dwivedi, Y. K. (2020). Digital and social media marketing. Springer. | Narration, discussion | Final exam |

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ara Sınav Hazırlık	1	20,00
Final Sınavı Hazırlık	1	20,00
Tartışmalı Ders	14	1,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	4,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	2,00
Diğer	14	2,00

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14	P.O. 15
L.O. 1															
L.O. 2															
L.O. 3															
L.O. 4															
L.O. 5															
L.O. 6															
L.O. 7															
L.O. 8															

Table :

- P.O. 1 :** Turizm İşletmeciliği alanında ve ilgili disiplinlerde sahip olduğu bilgiyi uzmanlık düzeyinde geliştirir ve derinleştirir.
- P.O. 2 :** Turizm alanı ile ilgili ulusal ve uluslararası hukuki düzenlemeleri kavrar ve uygular.
- P.O. 3 :** Turizm sektöründeki güncel konular ve sorunlar için yaratıcı ve pratik çözüm önerileri geliştirir.
- P.O. 4 :** Bilimsel araştırma yöntemlerini kullanarak alanıyla ilgili bir araştırmayı planlar, yürütür, değerlendirir ve rapor halinde sunar.
- P.O. 5 :** Makro ve mikro ölçekte turizm plan ve politikaları konusunda ayrıntılı bilgi sahibi olur.
- P.O. 6 :** Ulusal ve uluslararası turizm işletmelerini etkin şekilde yönetebilmek için gerekli olan önemli işletmecilik ilkelerini bilir, eleştirel şekilde değerlendirir ve uygular.
- P.O. 7 :** Turizm işletmeciliği ile ilgili rekabet stratejileri geliştirir ve uygular.
- P.O. 8 :** Alanında uzmanlık gerektiren konularda bir çalışmayı başkalarıyla ve bağımsız olarak etkin bir şekilde yürütür.
- P.O. 9 :** Yaşam boyu öğrenme için gerekli olan davranışlar ve yetkinlikler geliştirir.
- P.O. 10 :** Edindiği bilgi ve becerileri analiz eder, eleştirel şekilde yorumlar ve değerlendirir.
- P.O. 11 :** Bir yabancı dili en az Avrupa Dil Portföyü B2 genel düzeyinde kullanarak sözlü ve yazılı iletişim kurar.
- P.O. 12 :** Turizm İşletmeciliği alanıyla ilgili bilgisayar yazılımı, bilgi ve iletişim teknolojilerini ileri düzeyde kullanır.
- P.O. 13 :** Toplumsal ve mesleki etik değerleri kavrar, eleştirel bakış açısıyla değerlendirir ve uygun davranışlar geliştirir.
- P.O. 14 :** Yazılı ve sözlü olarak etkili iletişim ve sunum becerileri gösterir.
- P.O. 15 :** Sosyal adalet, kültürel değerler ve çevreye duyarlılık gibi konularda yeterli bilince sahip olur.
- L.O. 1 :** Turizmde sosyal medyanın gelişimini ve temel kavramlarını tanımlayabilecek
- L.O. 2 :** Turizm işletmelerinde sosyal medya iletişim süreçlerini açıklayabilecek
- L.O. 3 :** Dijital teknolojilerin ve yeni ekonomi koşullarının turist davranışlarını nasıl etkilediğini değerlendirebilecek
- L.O. 4 :** Dijital teknolojilerin ve yeni ekonomi koşullarının turist davranışlarını nasıl etkilediğini değerlendirebilecek
- L.O. 5 :** Dijital turizm teknolojilerini ve sosyal medya tabanlı destinasyon pazarlama stratejilerini açıklayabilecek
- L.O. 6 :** Turizm sektöründe kullanılan farklı sosyal medya araçlarını (TripAdvisor, Instagram vb.) ve kullanımlarını açıklayabilecek
- L.O. 7 :** Sosyal medyanın turizmde halkla ilişkiler ve çevrimiçi itibar yönetimi alanında kullanımını betimleyebilecek
- L.O. 8 :** Turizm işletmeleri için sosyal medyada analiz, ölçüm ve raporlama süreçlerini açıklayabilecektir