

TUİ638 - TURİZMDE DİJİTAL TANITIM VE SOSYAL MEDYA YÖNETİMİ - Turizm Araştırmaları Enstitüsü - Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Öğrencilere turizm sektöründe dijital pazarlama stratejilerini öğretmek, sosyal medya mecralarının turistik destinasyon ve işletme yönetimi üzerindeki etkisini analiz etmek ve etkili içerik yönetim becerileri kazandırmaktır.

Dersin İçeriği

Dijital turizm ekosistemi, turizmde sosyal medya platformları (Instagram, TripAdvisor, vb.), içerik pazarlaması, influencer iş birlikleri, çevrimiçi itibar yönetimi, dijital reklamcılık ve veri analitiği

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

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.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Tartışma, anlatım

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Google Analytics ve Meta Business Suite temel sertifika programlarının tamamlanması. Yapay zekâ (AI) araçlarının turizm tanıtımında kullanımı üzerine ek seminerler.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Dr. Lokman Dinç

Dersin Verilişi

Yüzyüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Ozan Atsız

Program Çıktısı

1. Turizmde sosyal medyanın gelişimini ve temel kavramlarını tanımlayabilecek
2. Turizm işletmelerinde sosyal medya iletişim süreçlerini açıklayabilecek
3. Dijital teknolojilerin ve yeni ekonomi koşullarının turist davranışlarını nasıl etkilediğini değerlendirebilecek
4. Dijital teknolojilerin ve yeni ekonomi koşullarının turist davranışlarını nasıl etkilediğini değerlendirebilecek
5. Dijital turizm teknolojilerini ve sosyal medya tabanlı destinasyon pazarlama stratejilerini açıklayabilecek
6. Turizm sektöründe kullanılan farklı sosyal medya araçlarını (TripAdvisor, Instagram vb.) ve kullanımlarını açıklayabilecek
7. Sosyal medyanın turizmde halkla ilişkiler ve çevrimiçi itibar yönetimi alanında kullanımını betimleyebilecek
8. Turizm işletmeleri için sosyal medyada analiz, ölçüm ve raporlama süreçlerini açıklayabilecektir

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim	
		Laboratuvar	Metodları Teorik Uygulama
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.	Anlatım, tartışma	Turizmde Sosyal Medyanın Gelişimi
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.	Anlatım, tartışma	Sosyal Medyanın Yapı Taşları ve Turizm Ekosistemi
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.	Anlatım, tartışma	Sosyal Medya ve Turizm Pazarlaması
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.	Anlatım, tartışma	Sosyal Medyada Destinasyon Pazarlaması Stratejileri

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim		Uygulama
		Laboratuvar	Metodları	
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.		Anlatım, tartışma	Dijitalleşme ve Yeni Turist Profili: Dijital Yerliler
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.		Anlatım, tartışma	Turizmde Ağ Yapıları ve e-WOM (Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim)
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.		Anlatım, tartışma	Sosyal Ağ Kurma Platformları: Facebook ve LinkedIn (Turizm İşletmeciliği Perspektifi)
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.		Anlatım, tartışma	Ara sınav
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.		Anlatım, tartışma	Yayıncılık Platformları: Turizmde Görsel Hikayecilik (Instagram, Pinterest, Bloglar)
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.		Anlatım, tartışma	Eğlence Platformları: TikTok ve YouTube'da Deneyimsel Turizm
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.		Anlatım, tartışma	Turizm İşletmeleri için Sosyal Medya Kampanya Planlaması
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.		Anlatım, tartışma	Turizmde Sosyal Medya Analitiği, Ölçüm ve ROI (Yatırım Getirisi)
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.		Anlatım, tartışma	Turizm Reklamcılığında Yeni Medya ve Programatik Satın Alma
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.		Anlatım, tartışma	Turizmde Sosyal Medya ve Çevrimiçi İtibar Yönetimi (PR)

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim			Uygulama
		Laboratuvar	Metodları	Teorik	
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.		Anlatım, tartışma	Turizm Sektöründen Başarılı Sosyal Medya Kampanya Analizleri (Vaka Analizleri)	
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.		Anlatım, tartışma	Final sınavı	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
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.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14	P.Ç. 15
Ö.Ç. 1															
Ö.Ç. 2															
Ö.Ç. 3															
Ö.Ç. 4															
Ö.Ç. 5															
Ö.Ç. 6															
Ö.Ç. 7															
Ö.Ç. 8															

Tablo :

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