

İndirilme Tarihi

18.02.2026 13:08:09

TUİ520 - HİZMET PAZARLAMASI - Turizm Araştırmaları Enstitüsü - Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Bu dersin amacı, gelişmekte olan dünya ekonomisine ve sürekli ilerleyen teknolojiye hükmeder bir konumda olan hizmet endüstrilerini başarıya ulaştıracak iş modellerinin geliştirilmesi için gerekli olan, hizmetlerin doğası, ürün, dağıtım, fiyatlandırma ve iletişim stratejilerini ele almaktır.

Dersin İçeriği

Bu ders, başarıya ulaştıracak iş modellerinin geliştirilmesi için gerekli olan, hizmetlerin doğası, ürün, dağıtım, fiyatlandırma ve iletişim stratejileri konularını kapsayacak şekilde tasarlanmıştır. Bunlara ek olarak, hizmet kalitesi, kapasite ve talep yönetimi ile hizmet karşılaşmalarının ve gerçek anların yönetimi konuları da, pazarlama stratejilerinin etkili yönetimi ve uygulanmasının sağlanması açılarından ele alınmaktadır.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Hizmet Pazarlaması ve Stratejileri, Editör: Remzi Altunışık. Beta Yayınevi Services Marketing, Lovelock and Wirtz, Pearson

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Öğrencilerin kendilerine atanmış olan konular hakkında kapsamlı bir araştırma yaparak, sunum hazırlamaları beklenmektedir. Daha sonra bu konuyu akademik rapor haline getirmeleri istenir. Kullanılması gereken kaynak sayısı ve niteliği konusunda ve bu kaynakları nasıl kullanılacakları konularında kısa bilgi de verilmektedir. Ayrıca makale analizi yapma görevleri vardır. Analiz formu öğretim elemanı tarafından hazırlanmıştır. Makaleyi öğrencinin seçmesi beklenir ancak analiz öncesi öğretim elemanı onayına sunar. Hazırlanan analiz ve makalenin aslı sınıfta tartışılır ve analiz ödev olarak teslim edilir. Dolayısıyla öğretim yöntemi, lisansüstü düzeyde, öğrencinin farklı kaynaklardan okuyarak, sentez yapmasına dayanmaktadır.

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrencilerin sürekli bir araştırma ve okuma eğiliminde olmaları önerilir. Öğretim elemanı ile her zaman iletişim kurabileceklerini bilmeleri sağlanmalıdır.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim elemanı yardımcısı yoktur

Dersin Verilişi

Lisansüstü düzeyde eğitim verilen bu ders, öğrencilerin tek başlarına teorik araştırma yürütmeleri ve bu araştırmayı sunmaları ile dönem sonun akademik rapor olarak teslim etmeleri esasına dayalıdır.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Ebru Güneren

Program Çıktısı

- Hizmetlerin dünya ekonomisi için önemini anlayıp, bunların pazarlama stratejilerine yansımalarını analiz edebilir
- Hizmet işletmelerini başarıya ulaştıracak ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım stratejilerini analiz edip, açıklayabilir.
- Hizmet kalitesi ve hizmet karşılaşmaları konularının önemini kavrar ve açıklar.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	İlk ders olduğu için, öğrencileri derse hazırlama görevi öğretim elemanındadır	Anlatım ve soru-cevap	Hizmet sektörünün kapsamı, önemi, dünyadaki durum	
2	Öğrencilerin sunum konularına hazır gelmeleri gerekmektedir.	Geniş bir araştırmaya dayanması gereken ödevin sunumunun öğrenci tarafından yapılması, ardından soru-cevap ve tartışma, son olarak da yetersiz hazırlık varsa araştırma tekrarı ya da ek görev verilmesi	Hizmet pazarlamasında geleneksel karma elemanı: ürün	
3	Öğrencilerin sunum konularına hazır gelmeleri beklenmektedir	Öğrenci tarafından sunum konusunun araştırılması, sunumu, sorulara yanıt verme, tartışma, gerekirse ödev tekrarı ya da ek görev.	Hizmet pazarlamasında geleneksel karma elemanı: DAĞITIM	
4	Öğrenci sunum konusu için gerekli araştırmayı yapmalıdır	Öğrenci tarafından sunum konusunun araştırılması, sunumu, sorulara yanıt verme, tartışma, gerekirse ödev tekrarı ya da ek görev.	Hizmet pazarlamasında geleneksel karma elemanı: FİYAT	
5	Öğrenci sunum konusu için gerekli araştırmayı yapmalıdır	Öğrenci tarafından sunum konusunun araştırılması, sunumu, sorulara yanıt verme, tartışma, gerekirse ödev tekrarı ya da ek görev.	Hizmet pazarlamasında geleneksel karma elemanı: TUTUNDURMA I	
6	Öğrenci sunum konusu için gerekli araştırmayı yapmalıdır	Öğrenci tarafından sunum konusunun araştırılması, sunumu, sorulara yanıt verme, tartışma, gerekirse ödev tekrarı ya da ek görev.	Hizmet pazarlamasında geleneksel karma elemanı: TUTUNDURMA II	
7	Öğrenci sunum konusu için gerekli araştırmayı yapmalıdır	Öğrenci tarafından sunum konusunun araştırılması, sunumu, sorulara yanıt verme, tartışma, gerekirse ödev tekrarı ya da ek görev.	Genişletilmiş hizmet pazarlama karması: İNSAN	
8	Öğrenci sunum konusu için gerekli araştırmayı yapmalıdır	Öğrenci tarafından sunum konusunun araştırılması, sunumu, sorulara yanıt verme, tartışma, gerekirse ödev tekrarı ya da ek görev.	Genişletilmiş hizmet pazarlama karması: SÜREÇ	
9	ARA SINAV	ARA SINAV	ARA SINAV	
10	Öğrenci sunum konusu için gerekli araştırmayı yapmalıdır	Öğrenci tarafından sunum konusunun araştırılması, sunumu, sorulara yanıt verme, tartışma, gerekirse ödev tekrarı ya da ek görev.	Genişletilmiş hizmet pazarlama karması: FİZİKSEL KANITLAR	
11	Öğrenci sunum konusu için gerekli araştırmayı yapmalıdır	Öğrenci tarafından sunum konusunun araştırılması, sunumu, sorulara yanıt verme, tartışma, gerekirse ödev tekrarı ya da ek görev.	Hizmetlerde Kalite	
12		Öğrenci tarafından sunum konusunun araştırılması, sunumu, sorulara yanıt verme, tartışma, gerekirse ödev tekrarı ya da ek görev.	Hizmetlerde kapasite ve talep yönetimi	
13	Öğrencilerin sunum konularına hazır gelmeleri gerekmektedir.	Öğrenci tarafından sunum konusunun araştırılması, sunumu, sorulara yanıt verme, tartışma, gerekirse ödev tekrarı ya da ek görev.	Hizmetlerde gerçek anların yönetimi	
14	makale analizi sunumuna hazırlık yapılmalı	Makale analizi sunumu, soru-cevap, tartışma	Makaleler üzerine tartışmalar	
15			final sınavı	
16			final sınavı	

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Tartışmalı Ders	14	1,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	3,00
Derse Katılım	14	3,00
Ödev	2	10,00
Araştırma Sunumu	1	10,00
Ara Sınav Hazırlık	1	15,00
Final Sınavı Hazırlık	1	20,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	13	2,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı / TURİZM İŞLETMECİLİĞİ (YÜKSEK LİSANS - TEZLİ) X Öğrenme Çıktısı İlişkisi

	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	5	3	5	5	3	3	5	4	4	5	1	3	3	3	4
Ö.Ç. 2	5	3	5	5	3	3	5	4	4	4	1	3	3	3	4
Ö.Ç. 3	5	4	5	5	3	3	5	5	4	4	1	3	3	3	4

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 :** Hizmetlerin dünya ekonomisi için önemini anlayıp, bunların pazarlama stratejilerine yansımalarını analiz edebilir.
- Ö.Ç. 2 :** Hizmet işletmelerini başarıya ulaştıracak ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım stratejilerini analiz edip, açıklayabilir.
- Ö.Ç. 3 :** Hizmet kalitesi ve hizmet karşılaşmaları konularının önemini kavrar ve açıklar.

