

İndirilme Tarihi

05.02.2026 15:06:01

TUİ636 - TURİZMDE REKLAMCILIK VE REKLAM ANALİZİ - Turizm Araştırmaları Enstitüsü - Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Turizmde reklamın tanımını, amaçlarını ve türlerini kavrayabilmek, turizm reklamlarının hazırlanma sürecini kavrayabilmek, turizm reklamlarında kullanılan işaret, sembol, başlık, marka, araç ve sloganların anlamlarının kavratılması, reklam bütçesi, reklamın etkinliğinin ölçümü, reklamlarla ilgili kurum ve kuruluşlar hakkında bilgi vermesi, turistik tüketicinin korunması ve rekabetle ilgili bilgi vermesi.

Dersin İçeriği

Bu ders, turizmde reklamın tanımı, amaçları ve türleri, turizm reklamlarının hazırlanması sürecindeki çalışmalar, turizm reklamlarında kullanılan işaret, sembol, başlık, marka, araç ve sloganlar, reklam bütçesi, reklamın etkinliğinin ölçülmesi, reklamlarla ilgili kurum ve kuruluşlar, turistik tüketicinin korunması ve rekabet konularını içermektedir.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Serttaş Ertike, A. (2017). Reklam: Temel Kavramlar Teknik Bilgiler Örnekler, Detay Yayıncılık. Kayaalp, İ. (2017). Reklamcılık Kitabı, Bilge Kültür Sanat. Morgan, N. ve Pritichard, A. (2006). Turizm ve Tatil Sektöründe Reklamcılık, MediaCat. Avşar, Z. ve Elden, M. (2005), Reklam ve Reklam Mevzuatı, Piramit Yayıncılık. Kocabaş, F. ve Elden, M. (2004), Reklamcılık-Kavramlar, Kararlar, Kurumlar, İletişim Yayınları.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Anlatım, Soru-Cevap, Tartışma.

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Her hangi bir husus yoktur.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

.....

Dersin Verilişi

Yüz yüze.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Burcu Gülsevil Belber

Program Çıktısı

1. Turizmde reklamın tanımını, amaçlarını ve türlerini söyleyebilir.
2. Turizm reklamlarında kullanılan işaret, sembol, başlık, marka, araç ve sloganları açıklayabilir.
3. Reklamlarla ilgili kurum ve kuruluşları söyleyebilir.

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim	Teorik	Uygulama
			Metodları		
1	Öğretim elemanı tarafından dersin içeriği ve işleyişi hakkında bilgi verilmesi.		Anlatma ve tartışma yöntemi	Öğretim elemanı tarafından dersin içeriği ve işlenişi ile ilgili bilgi verilmesi.	
2	Tayfur, G. (2010). Reklamcılık, Nobel Yayınları. sf. 5-20. Serttaş Ertike, A. (2017). Reklam: Temel Kavramlar Teknik Bilgiler Örnekler, Detay Yayıncılık, sf. 6-10.		Anlatma ve tartışma yöntemi	Turizmde reklamın tanımı ve amaçları.	
3	Tayfur, G. (2010). Reklamcılık, Nobel Yayınları, sf. 39-44. Serttaş Ertike, A. (2017). Reklam: Temel Kavramlar Teknik Bilgiler Örnekler, Detay Yayıncılık, sf. 109-119, 147-159. Kocabaş, F. ve Elden, M. (2004). Reklamcılık, İletişim Yayınları, sf. 28-50. Elden, M., Ulukök, Ö. ve Yeygel, S. (2009). Şimdi Reklamlar, İletişim Yayınları, sf. 351-457.		Anlatma ve tartışma yöntemi	Turizmde reklam türleri	
4	Tayfur, G. (2010). Reklamcılık, Nobel Yayınları, sf. 39-44. Serttaş Ertike, A. (2017). Reklam: Temel Kavramlar Teknik Bilgiler Örnekler, Detay Yayıncılık, sf. 109-119, 147-159. Kocabaş, F. ve Elden, M. (2004). Reklamcılık, İletişim Yayınları, sf. 28-50. Elden, M., Ulukök, Ö. ve Yeygel, S. (2009). Şimdi Reklamlar, İletişim Yayınları, sf. 351-457.		Anlatma ve tartışma yöntemi	Turizmde reklam türleri	
5	Tayfur, G. (2010). Reklamcılık, Nobel Yayınları, sf. 39-44. Serttaş Ertike, A. (2017). Reklam: Temel Kavramlar Teknik Bilgiler Örnekler, Detay Yayıncılık, sf. 109-119, 147-159. Kocabaş, F. ve Elden, M. (2004). Reklamcılık, İletişim Yayınları, sf. 28-50. Elden, M., Ulukök, Ö. ve Yeygel, S. (2009). Şimdi Reklamlar, İletişim Yayınları, sf. 351-457.		Anlatma ve tartışma yöntemi	Turizmde reklam türleri	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim		Uygulama
		Laboratuvar	Metodları Teorik	
6	Morgan, N. ve Pritchard, A. (2006). Turizm ve Tatil Sektöründe Reklamcılık, MediaCat, sf. 13-168. Tayfur, G. (2010). Reklamcılık, Nobel Yayınları, sf. 47-67.	Anlatma ve tartışma yöntemi	Turizmde reklamların hazırlanması sürecindeki çalışmalar.	
7	Tayfur, G. (2010). Reklamcılık, Nobel Yayınları, sf. 71-100. Serttaş Ertike, A. (2017). Reklam: Temel Kavramlar Teknik Bilgiler Örnekler, Detay Yayıncılık, sf. 147-152. Kocabaş, F. ve Elden, M. (2004). Reklamcılık, İletişim Yayınları, sf. 32-44.	Anlatma ve tartışma yöntemi	Reklam medya ve araçlarının seçiminde göz önüne alınması gereken faktörler.	
8	Vize sınavına hazırlık	Vize sınavına hazırlık	Vize Sınavı.	
9	Gözde Öymen, G. ve Öztel, T. (2019). Duygusal Pazarlamada Slogan Kullanımının Önemi: Pandora Reklamları Üzerine Bir İnceleme, Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi, 2(2), 31 – 53. Aydoğan, H. (2022). Gelenekselden Dijitale Reklam Sloganlarında Söz Sanatları: Kırmızı Ödülleri, Sosyal Mucit Academic Review, 3(1), 69-95. Kırkbir, F., Kara, M. ve Türkel, M. (2016). Pazarlama İletişimi Açısından Marka Sloganlarının Önemi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, Akademik Bakış Dergisi, 56(Temmuz – Ağustos), 290-302. Kızgın, Y., Benli, T (2018), Reklam Sloganlarının Marka Farkındalığına Olan Etkisinin Belirlenmesi, BMJ, 6(4),1178-1197. Yaman, F. (2021). Televizyon Kanallarının Reklam Sloganlarının Reklamın Fonksiyonları Açısından Değerlendirilmesi, International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, 7(32), 578-587. Aymanıkuy, Y., Aymanıkuy, Ş. ve Karagöz, İ.C. (2019). Ülkelerin Turizmde Tanıtma Amaçlı Kullandıkları Sloganların Değerlendirilmesi, Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, 71(Ocak –Şubat), 68-93.	Anlatma ve tartışma yöntemi	Turizm reklamlarında kullanılan sembol, marka ve sloganlar.	
10	Serttaş Ertike, A. (2017). Reklam: Temel Kavramlar Teknik Bilgiler Örnekler, Detay Yayıncılık, sf. 181-228. Kocabaş, F. ve Elden, M. (2004). Reklamcılık, İletişim Yayınları, sf. 171-188.	Anlatma ve tartışma yöntemi	Reklamla ilgili kurum ve kuruluşlar.	
11	Elden, M., Ulukök, Ö. ve Yeygel, S. (2009). Şimdi Reklamlar, İletişim Yayınları, sf. 467-492. Belber, B.G. (2017). Göstergebilimsel Analiz Yöntemiyle Turizm Tanıtım Filmi Analizi, 1. Uluslararası İpekyolu Akademik Çalışmalar Sempozyumu, 21-23 Eylül, Nevşehir. Civelek, M. (2021). Korku Çekiciliğinin Tatil Pazarlamasında Kullanılmasına Yönelik Göstergebilimsel Analiz: “Cinnetten Bir Köşe Örneği”. AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 24(1), 116-141. Şafak Ünüvar, Ş. ve Doğru, Ü. (2021). Turizm-Reklam İlişkisi Bağlamında Turizm Reklamlarının Göstergebilimsel Analizi: Home of Ünye Örneği, Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi, 3(2), 227-250. Balkı, S. ve Belber, B.G. (2024). Göstergebilimsel Analiz Yöntemiyle Kapadokya Bölgesindeki Butik Otel Reklamlarının İncelenmesi, Tourism Culture and Economy Congress, 8-10 Mayıs, Makedonya, 297-310.	Anlatma ve tartışma yöntemi	Göstergebilimsel analiz yöntemi.	
12	Elden, M., Ulukök, Ö. ve Yeygel, S. (2009). Şimdi Reklamlar, İletişim Yayınları, sf. 467-492. Belber, B.G. (2017). Göstergebilimsel Analiz Yöntemiyle Turizm Tanıtım Filmi Analizi, 1. Uluslararası İpekyolu Akademik Çalışmalar Sempozyumu, 21-23 Eylül, Nevşehir. Civelek, M. (2021). Korku Çekiciliğinin Tatil Pazarlamasında Kullanılmasına Yönelik Göstergebilimsel Analiz: “Cinnetten Bir Köşe Örneği”. AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 24(1), 116-141. Şafak Ünüvar, Ş. ve Doğru, Ü. (2021). Turizm-Reklam İlişkisi Bağlamında Turizm Reklamlarının Göstergebilimsel Analizi: Home of Ünye Örneği, Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi, 3(2), 227-250. Balkı, S. ve Belber, B.G. (2024). Göstergebilimsel Analiz Yöntemiyle Kapadokya Bölgesindeki Butik Otel Reklamlarının İncelenmesi, Tourism Culture and Economy Congress, 8-10 Mayıs, Makedonya, 297-310.	Anlatma ve tartışma yöntemi	Göstergebilimsel analiz yöntemi.	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim		Uygulama
		Laboratuvar	Metodları	
13	Elden, M., Ulukök, Ö. ve Yeygel, S. (2009). Şimdi Reklamlar, İletişim Yayınları, sf. 467-492. Belber, B.G. (2017). Göstergebilimsel Analiz Yöntemiyle Turizm Tanıtım Filmi Analizi, 1. Uluslararası İpekyolu Akademik Çalışmalar Sempozyumu, 21-23 Eylül, Nevşehir. Civelek, M. (2021). Korku Çekiciliğinin Tatil Pazarlamasında Kullanılmasına Yönelik Göstergebilimsel Analiz: "Cinnetten Bir Köşe Örneği". AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 24(1), 116-141. Şafak Ünüvar, Ş. ve Doğru, Ü. (2021). Turizm-Reklam İlişkisi Bağlamında Turizm Reklamlarının Göstergebilimsel Analizi: Home of Ünye Örneği, Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi, 3(2), 227-250. Balkı, S. ve Belber, B.G. (2024). Göstergebilimsel Analiz Yöntemiyle Kapadokya Bölgesindeki Butik Otel Reklamlarının İncelenmesi, Tourism Culture and Economy Congress, 8-10 Mayıs, Makedonya, 297-310.	Anlatma ve tartışma yöntemi	Göstergebilimsel analiz yöntemi ile belirlenen bir turizm reklamının analizi.	
14	Elden, M., Ulukök, Ö. ve Yeygel, S. (2009). Şimdi Reklamlar, İletişim Yayınları, sf. 467-492. Belber, B.G. (2017). Göstergebilimsel Analiz Yöntemiyle Turizm Tanıtım Filmi Analizi, 1. Uluslararası İpekyolu Akademik Çalışmalar Sempozyumu, 21-23 Eylül, Nevşehir. Civelek, M. (2021). Korku Çekiciliğinin Tatil Pazarlamasında Kullanılmasına Yönelik Göstergebilimsel Analiz: "Cinnetten Bir Köşe Örneği". AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 24(1), 116-141. Şafak Ünüvar, Ş. ve Doğru, Ü. (2021). Turizm-Reklam İlişkisi Bağlamında Turizm Reklamlarının Göstergebilimsel Analizi: Home of Ünye Örneği, Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi, 3(2), 227-250. Balkı, S. ve Belber, B.G. (2024). Göstergebilimsel Analiz Yöntemiyle Kapadokya Bölgesindeki Butik Otel Reklamlarının İncelenmesi, Tourism Culture and Economy Congress, 8-10 Mayıs, Makedonya, 297-310.	Anlatma ve tartışma yöntemi	Göstergebilimsel analiz yöntemi ile belirlenen bir turizm reklamının analizi.	
15	Final sınavına hazırlık	Anlatma ve tartışma yöntemi.	Final Sınavı.	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Derse Katılım	14	3,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	2,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00
Teorik Ders Anlatım	14	3,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ara Sınav Hazırlık	3	4,00
Final Sınavı Hazırlık	4	4,00
Ödev	1	10,00

Değerlendirme

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

	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										4					
Ö.Ç. 2										4					
Ö.Ç. 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 :** Turizmde reklamın tanımını, amaçlarını ve türlerini söyleyebilir.
- Ö.Ç. 2 :** Turizm reklamlarında kullanılan işaret, sembol, başlık, marka, araç ve sloganları açıklayabilir.
- Ö.Ç. 3 :** Reklamla ilgili kurum ve kuruluşları söyleyebilir.