

Objectives of the Course

This course applies the concepts, principles and practices of marketing to tourism businesses at the firm level.

Course Contents

Basic concepts in tourism marketing, analysis of marketing environment in tourism, consumer behavior and target marketing in tourism, tourism products, pricing in tourism , tourism distribution, promotion in tourism, implementaion of marketing activities, evaluating marketing activities, destination marketing.

Recommended or Required Reading

1 Uygur, S. M. (2017). Turizm Pazarlaması. Nobel Yayın Dağıtım.
2 Kozak,N. (2006). Turizm Pazarlaması. Ankara: Detay Yayıncılık.
3 Philip, K., Bowen, J. ve Makens, J. (2010). Marketing for Hospitality and Tourism.
4 Rızaoğlu, B. (2004). Turizm Pazarlaması. Ankara: Detay Yayıncılık.
5 Middleton, V. T. C. (2010). Marketing in Travel and Tourism, Oxford: Heineman.
6 Morrison M. A. (2010). Hospitality and Travel Marketing, Albany: Delmar Publishers
7 Kozak, N. ve Sop, S.A. (2023). Turizm Pazarlaması, Detay Yayıncılık

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Lecturing, Question- Answer, Discussion

Recommended Optional Programme Components

To enhance their understanding of the course topics, students are encouraged to examine the marketing practices of tourism businesses, follow current developments in the industry, and read relevant academic articles. Additionally, participation in field studies and industry-related events is recommended to gain hands-on experience in marketing strategies.

Instructor's Assistants

There are no instructor's assistants for this course.

Presentation Of Course

This course will be conducted through face-to-face instruction, incorporating lectures, case studies, group work, and in-class discussions. Additionally, visual and digital materials will be used to create an interactive learning environment.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Assoc. Prof. Dr. Koray Çamlıca

Program Outcomes

1. Shoud be able to explain theories, concepts, principles and practices of tourism marketing
2. Shoud be able to explain marketing environment analysis, target marketing, products, pricing, distribution and promotion in tourism
3. Shoud be able to explain destination marketing strategies
4. Shoud be able to interpret and explain organization and control of tourism marketing activities.

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Definition and Scope of Marketing (pp. 1–31)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Marketing Concept and Marketing Management Process	
2	Strategic and Marketing Planning in Tourism Enterprises (pp. 93–123)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Marketing Management Process: Analysis of Market Opportunities- Target Market Selection	
3	Developing the Marketing Mix Services Marketing (pp. 33–59) Introduction to Marketing Mix Elements (an introductory overview)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Marketing Management Process: Developing the Marketing Mix	
4	Developing the Marketing Mix Services Marketing (pp. 33–59) Introduction to Marketing Mix Elements (an introductory overview)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Marketing Management Process: Developing the Marketing Mix- Management of Marketing Efforts	
5	Definition and Characteristics of Tourism Marketing Tourism Marketing (pp. 61–72)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Definition and Characteristics of Tourism Marketing	
6	Market Opportunity Analysis – Target Market Selection (in the Context of Tourism Businesses) Strategic Planning in Tourism Businesses (pp. 93–123) SWOT analysis and target market determination sections	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Marketing Management Process in Tourism Businesses: Analysis of Market Opportunities- Selection of Target Market	
7	Hedef Pazarın Seçimi – Pazar Bölümlendirme Turizm İşletmelerinde Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçme ve Konumlandırma (s. 171–197)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Selection of Target Market: Market segmentation	
8	All content from the first 7 weeks		Mid-Term Exam	
9	Market Segmentation Variables 8.2. Market Segmentation Variables (pp. 174–180)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Market Segmentation Variables	
10	Target Market Identification and Positioning 8.4. and 8.6. Positioning Strategies (pp. 181–196)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Market Segmentation Variables-Determining the Target Market-Positioning	
11	Marketing Mix Elements in Tourism Enterprises: Product (pp. 199–233)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Marketing Management Process in Tourism Businesses: Developing the Marketing Mix- Touristic Product	
12	Pricing Marketing Mix Elements: Price (pp. 235–257)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Developing the Marketing Mix: Pricing	
13	Marketing Mix Elements: Place (pp. 259–282)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Pazarlama Karmasının Geliştirilmesi: Dağıtım	
14	Marketing Mix Elements:Promotion Marketing Communications (pp. 283–343)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Developing the Marketing Mix: Promotion	
15	People – Physical Evidence – Process Marketing Mix: Physical Evidence (pp. 345–357) Process Management (pp. 359–381) People (pp. 383–404)	Lecturing, Question- Answer, Discussion	Developing the Marketing Mix: People-Physical Evidence-Process	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Derse Katılım	14	3,00
Ara Sınav Hazırlık	3	2,00
Final Sınavı Hazırlık	3	4,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	2	7,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	2	7,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	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	P.O. 16	P.O. 17	P.O. 18	P.O. 19	P.O. 20	P.O. 21	P.O. 22	P.O. 23	P.O. 24
L.O. 1																								
L.O. 2																								
L.O. 3																								
L.O. 4																								

Table :

P.O. 1 :	Bu bölümü başarıyla tamamlayan öğrenciler: Turizm sektörünün yapısı, işleyişi ve ülke kalkınmasındaki önemi konusunda bilgi sahibi olur,
P.O. 2 :	İngilizcede Avrupa Dil Portföyü B2 genel düzeyinde okuma, anlama, konuşma ve yazma becerileri gösterir.
P.O. 3 :	İkinci bir yabancı dilde en az Avrupa Dil Portföyü B1 genel düzeyinde okuma, anlama, konuşma ve yazma becerileri gösterir,
P.O. 4 :	Yazılı, sözlü ve sözsüz olarak etkili iletişim kurar ve sunum becerileri gösterir.
P.O. 5 :	Grup yönetimi ilkelerini bilir ve uygular.
P.O. 6 :	Toplumsal ve mesleki etik değerleri bilir, bunları eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir ve uygun davranışları geliştirir.
P.O. 7 :	Hem temel hem de alanıyla ilgili bilgi ve iletişim teknolojilerini ve yazılımlarını ileri düzeyde kullanır.
P.O. 8 :	İşletme, iktisat ve sosyal psikoloji alanındaki temel kavramlar, kuramlar, ilkeler ve olgular hakkında bilgi sahibi olur.
P.O. 9 :	Turist rehberliği mesleği ile ilgili hizmet verme süreçlerini bilir ve ziyaretçi memnuniyeti sağlayacak şekilde yerine getirir.
P.O. 10 :	Bir seyahat işletmesini etkin bir şekilde yönetebilmek için güncel yönetim teorilerini ve uygulamalarını bilir ve uygular.
P.O. 11 :	Türkiye’de yaşamış olan uygarlıkların kültür, tarih, din ve sanatları hakkında detaylı bilgiye sahip olur, analiz eder ve yorumlar.
P.O. 12 :	Dünya ve Türkiye coğrafyası hakkında detaylı bilgiye sahip olur.
P.O. 13 :	Bir turu planlar, uygular ve denetler.
P.O. 14 :	İlk yardım konusunda temel bilgiye sahip olur ve uygular.
P.O. 15 :	Turizm alanı ve turist rehberliği ile ilgili hukuki düzenlemeleri ve mesleki standartları bilir ve uygular.
P.O. 16 :	Bilgi ve verileri mesleki anlamda tanımlar, analiz eder, sentezler, yorumlar ve değerlendirir.
P.O. 17 :	Başkalarıyla ve bağımsız olarak etkin bir şekilde çalışır.
P.O. 18 :	Kendini kişisel ve mesleki anlamda sürekli geliştirir, kendi kendine öğrenme için sorumluluk alır ve bunu gösterir.
P.O. 19 :	Farklı kültürleri tanıır, anlar ve farklı kültürlerle iletişim kurar.
P.O. 20 :	Kişisel bakıma, hijyene, giyime ve görünüme turist rehberliğinin gerektirdiği şekilde özen gösterir.
P.O. 21 :	Hizmet alanı ile ilgili fiziksel ortamı, araç gereçleri ve teknolojileri tanıır, kullanır ve bakımını yaparak korur.
P.O. 22 :	Atatürk ilkeleri ve inkılâpları konusunda bilgiye sahip olur ve Cumhuriyet’in temel değerlerini benimser.
P.O. 23 :	Sanatsal ve sportif konulara ilişkin bireysel yeteneklerini geliştirir.
P.O. 24 :	Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarından (BM SKA) en az birini açıklar.
L.O. 1 :	Turizm pazarlaması ile ilgili temel kavramları, kuramları, ilkeleri ve uygulamaları açıklayabilir
L.O. 2 :	Turizm işletmelerinde çevre analizi, turizmde tüketici davranışı, turizmde hedef pazar seçimi, turizm ürünü, fiyatlandırma, dağıtım ve tutundurma kavramları açıklayabilir
L.O. 3 :	Turizmde ziyaretçi varış yeri pazarlamasının nasıl yapıldığını açıklayabilir
L.O. 4 :	Turizmde pazarlama faaliyetlerinin örgütlenmesi ve denetlenmesi konularını açıklayabilir ve örnekler verebilir.