

Dersin Amacı

Bu dersin amacı, pazarlama kavram, kuram, ilke ve uygulamalarını turizm işletmeleri ve ziyaretçi varış yerleri açısından incelemektir.

Dersin İçeriği

Turizm pazarlaması ile ilgili temel kavramlar, turizm işletmelerinin pazarlama çevresi analizi, turizmde tüketici davranışı, hedef pazarların belirlenmesi, turizm ürünü, turizm işletmelerinde fiyatlandırma, turizmde dağıtım kanalları, turizm işletmelerinde tutundurma, pazarlama faaliyetlerinin uygulanması, pazarlama faaliyetlerinin değerlendirilmesi, varış yeri pazarlaması.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

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

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Anlatma, Soru- Cevap, Tartışma

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrencilerin derste işlenen konuları daha iyi kavrayabilmeleri için turizm işletmelerinin pazarlama uygulamalarını incelemeleri, sektördeki güncel gelişmeleri takip etmeleri ve ilgili akademik makaleleri okumaları önerilir. Ayrıca, pazarlama stratejilerini uygulamalı olarak deneyimleyebilmeleri için saha çalışmaları ve sektörel etkinliklere katılmaları teşvik edilmektedir.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Bu ders için öğretim elemanı yardımcısı bulunmamaktadır.

Dersin Verilişi

Bu ders, yüz yüze eğitim yöntemiyle yürütülecek olup, ders anlatımı, vaka analizleri, grup çalışmaları ve sınıf içi tartışmaları içerecektir. Ayrıca görsel ve dijital materyallerden yararlanılarak interaktif bir öğrenme ortamı sağlanacaktır.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Koray Çamlıca

Program Çıktısı

1. Turizm pazarlaması ile ilgili temel kavramları, kuramları, ilkleri ve uygulamaları açıklayabilir

2. Turizm işletmelerinde çevre analizi, turizmde tüketici davranışı, turizmde hedef pazar seçimi, turizm ürünü, fiyatlandırma, dağıtım ve tutundurma kavramları açıklayabilir

3. Turizmde ziyaretçi varış yeri pazarlamasının nasıl yapıldığını açıklayabilir

4. Turizmde pazarlama faaliyetlerinin örgütlenmesi ve denetlenmesi konularını açıklayabilir ve örnekler verebilir.

Haftalık İçerikler

		Öğretim		Uygulama
Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Metodları Teorik	
1	Pazarlamanın Tanımı ve Kapsamı (Sayfa. 1–31) → Bölüm 1: Pazarlamanın Tanımı, Temel Kavramlar, Özellikleri, İşlevleri, Anlayışlardaki Değişim,	Anlatma, Soru- Cevap, Tartışma	Pazarlama Kavramı ve Pazarlama Yönetim Süreci	
2	Turizm İşletmelerinde Stratejik Planlama ve Pazarlama Planlaması (s. 93–123)	Anlatma, Soru- Cevap, Tartışma	Pazarlama Yönetim Süreci: Pazar Fırsatlarının Analizi- Hedef Pazar Seçimi	
3	Konu: Pazarlama Karmasının Geliştirilmesi Hizmet Pazarlaması (s. 33–59) Pazarlama Karması Elemanlarına Giriş (başlangıç için genel bakış niteliğinde)	Anlatma, Soru- Cevap, Tartışma	Pazarlama Yönetim Süreci: Pazarlama Karmasının Geliştirilmesi	
4	Pazarlama Çabalarının Yönetimi Turizm Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırması (s. 125–141)	Anlatma, Soru- Cevap, Tartışma	Pazarlama Yönetim Süreci: Pazarlama Karmasının Geliştirilmesi-Pazarlama Çabalarının Yönetimi	
5	Konu: Turizm Pazarlamasının Tanımı ve Özellikleri Turizm Pazarlaması (s. 61–72)	Anlatma, Soru- Cevap, Tartışma	Turizm Pazarlamasının Tanımı ve Özellikleri	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim		Uygulama
		Laboratuvar	Metodları Teorik	
6	Konu: Pazar Fırsatlarının Analizi – Hedef Pazar Seçimi (Turizm İşletmeleri Bağlamında) Turizm İşletmelerinde Stratejik Planlama (s. 93–123) SWOT analizi ve hedef pazar belirleme bölümleri	Anlatma, Soru-Cevap, Tartışma	Turizm İşletmelerinde Pazarlama Yönetim Süreci: Pazar Fırsatlarının Analizi-Hedef Pazarın Seçimi	
7	Hedef Pazarın Seçimi – Pazar Bölümlendirme Turizm İşletmelerinde Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçme ve Konumlandırma (s. 171–197)	Anlatma, Soru-Cevap, Tartışma	Hedef Pazarın Seçimi: Pazar bölümlendirme	
8	İlk 7 haftanın tüm içerikleri		ARA SINAV	
9	Konu: Pazar Bölümlendirme Değişkenleri 8.2. Pazar Bölümlendirme Değişkenleri (s. 174–180)	Anlatma, Soru-Cevap, Tartışma	Pazar Bölümlendirme Değişkenleri	
10	Konu: Hedef Pazarın Belirlenmesi ve Konumlandırma 8.4. ve 8.6. Konumlandırma Stratejileri (s. 181–196)	Anlatma, Soru-Cevap, Tartışma	Pazar Bölümlendirme Değişkenleri-Hedef Pazarın Belirlenmesi-Konumlandırma	
11	Konu: Turistik Ürün Turizm İşletmelerinde Pazarlama Karması Elemanları: Ürün (s. 199–233)	Anlatma, Soru-Cevap, Tartışma	Turizm İşletmelerinde Pazarlama Yönetim Süreci: Pazarlama Karmasının Geliştirilmesi-Turistik Ürün	
12	Konu: Fiyatlama Pazarlama Karması Elemanları: Fiyat (s. 235–257)	Anlatma, Soru-Cevap, Tartışma	Pazarlama Karmasının Geliştirilmesi: Fiyatlama	
13	Pazarlama Karması Elemanları: Dağıtım (s. 259–282)	Anlatma, Soru-Cevap, Tartışma	Pazarlama Karmasının Geliştirilmesi: Dağıtım	
14	Pazarlama Karması Elemanları: Pazarlama İletişimi (s. 283–343)	Anlatma, Soru-Cevap, Tartışma	Pazarlama Karmasının Geliştirilmesi: Tutundurma	
15	Konu: İnsan – Fiziksel Kanıtlar – Süreç Pazarlama Karması: Fiziksel Çevre (s. 345–357) Süreç Yönetimi (s. 359–381) İnsan (s. 383–404)	Anlatma, Soru-Cevap, Tartışma	Pazarlama Karmasının Geliştirilmesi: İnsan-Fiziksel Kanıtlar-Süreç	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
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

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	P.Ç. 16	P.Ç. 17	P.Ç. 18	P.Ç. 19	P.Ç. 20	P.Ç. 21	P.Ç. 22	P.Ç. 23	P.Ç. 24
Ö.Ç. 1																							
Ö.Ç. 2																							
Ö.Ç. 3																							
Ö.Ç. 4																							

Tablo :

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