

Objectives of the Course

The aim of this course is to provide students with a comprehensive and integrated approach to the management and marketing of pilgrimage sites and destinations. It aims to teach the main factors necessary for the development and successful management of faith tourism destinations.

Course Contents

The goal of tourism is to develop and market a pilgrimage or religious tourism destination. The course will also cover pilgrimage sites, their marketing importance, and marketing processes. Applied analyses will also be conducted on current examples from Türkiye and around the world.

Recommended or Required Reading

Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi 2019

Planned Learning Activities and Teaching Methods

The course will utilize theoretical presentations, case studies, group discussions, literature reviews, and project-based learning. Students are expected to develop an original project on marketing processes for a designated pilgrimage site.

Instructor's Assistants

Doç. Dr. Şule ARDIÇ YETİŞ

Presentation Of Course

The course is given face to face.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Assoc. Prof. Dr. Şule Ardiç Yetiş

Program Outcomes

1. Evaluating how tourism can be successfully used to develop and market a pilgrimage site or faith tourism destination.
2. Evaluation of tourist behavior in order to meet the expectations of visitors to faith tourism destinations and pilgrimage sites.
3. Learning the pilgrimage sites of Jewish, Christian, Muslim and pagan religions and worldwide pilgrimage organizations.

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Destination management and tourism system, factors that shape destination management	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Destination management and tourism system, factors that shape destination management	
2	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	The necessity of destination management, destination management functions	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	The necessity of destination management, destination management functions	
3	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Destination marketing, external marketing process in destinations	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Destination marketing, external marketing process in destinations	
4	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Destination sales development studies, the role of tour operators and travel agencies in destination marketing, internal marketing process in destinations,	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Destination sales development studies, the role of tour operators and travel agencies in destination marketing, internal marketing process in destinations,	

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
5	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Faith tourism and basic concepts related to faith tourism, emergence and importance of faith tourism	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Faith tourism and basic concepts related to faith tourism, emergence and importance of faith tourism	
6	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Profile of religious tourists, motivations of religious tourists, marketing in religious tourism	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Profile of religious tourists, motivations of religious tourists, marketing in religious tourism	
7	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Religious Tourist Typology in Destination Marketing	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Religious Tourist Typology in Destination Marketing	
8				Mid-Term Exam	
9	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Motivation in Religious Tourism in Terms of Destination Marketing	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Motivation in Religious Tourism in Terms of Destination Marketing	
10	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Prominent Faith Tourism Destinations and Venues in Turkey	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Prominent Faith Tourism Destinations and Venues in Turkey	
11	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi. Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Prominent Faith Tourism Destinations and Places in the World Prominent Faith Tourism Destinations and Places in the World	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Prominent Faith Tourism Destinations and Places in the World Prominent Faith Tourism Destinations and Places in the World	
12	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Stakeholder Management in Pilgrimage Areas and Destinations	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Stakeholder Management in Pilgrimage Areas and Destinations	
13	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Article Analysis Presentations	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Article Analysis Presentations	
14	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Article Analysis Presentations	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Article Analysis Presentations	

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
15	Michael Stausberg (2011). Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters. The United States: Routledge. S. Pike (2004). Destination Marketing Organisations. Oxford: Elsevier. Güzel, Ö., Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. Nobel Yayınevi.	Article Analysis Presentations	Lecture Method Applied Training Case Study Method Question-Answer Method Evaluation and Feedback	Article Analysis Presentations	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Derse Katılım	14	3,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ara Sınav Hazırlık	2	10,00
Final Sınavı Hazırlık	2	10,00
Araştırma Sunumu	1	5,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	3,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	3,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Ara Sınav	40,00
Final	50,00
Performans Ödevi	10,00

	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
L.O. 1	3	3	2	5	1	2	1	5	5	2	3	1	2	2	1
L.O. 2	5	2	5	3	5	1	3	5	3	3	3	3	3	3	3
L.O. 3	5	3	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3

Table :

- P.O. 1 :** Turizmin barışa ve kültürlerarası diyaloga katkılarını, turizm sektörünün işleyişi ve sistem içerisindeki aktörlerin rollerini de göz önüne alarak anlar, analiz eder, sorgular, turizmin toplumlar arasındaki uzlaşma ve anlayışa katkılarını artıracak çözümler üretir.
- P.O. 2 :** İnanç turizminin turizm sektörü içindeki yerini ve önemini kavrar, bu turizm türünün dinamiklerini makro ve mikro açılardan bütüncül bir bakış açısı ile anlar, analiz eder, sorgulayabilir ve sorunların çözümlerine ilişkin karar verebilir.
- P.O. 3 :** Küresel ölçekte inanç sistemleri ve inanç temelli insan hareketlerinin tarihsel gelişimini ve işleyişini kavrayarak bu konuları önyargısız, tarafsız, bilimsel ve etik bir bakış açısı ile anlayabilir, analiz edebilir, sorgulayabilir ve sorunların çözümlerine ilişkin karar verebilir.
- P.O. 4 :** İnanç turizmi kapsamındaki konulara disiplinler arası bir yaklaşım ve bütüncül bir bakış açısı ile yaklaşarak bu alanda yaşanan gelişmeleri izleyebilir, yorumlayabilir, tartışabilir ve bilimsel çözümler üretebilir.
- P.O. 5 :** İnanç sistemlerinin ve turizm sektörünün temelinde yer alan bireysel ilişkilerin, grup ilişkilerinin, toplumsal ilişkilerin ve inanç amaçlı seyahat eden turistlerin davranışlarının temel niteliklerini anlayabilir, kültürel farklılıkları, çatışmaları algılayabilir, yorumlayabilir, karışıklık ve sorunlara hoşgörü ve anlayış çerçevesinde barışçıl ve etik çözümler sunabilir.
- P.O. 6 :** Anadolu daki ve dünya üzerindeki farklı inanç sistemlerine ait arkeolojik sitelerin, yapıların, kutsal mekanların, festival ve etkinliklerin, destinasyonların tarihini ve turizm açısından önemini anlayabilir, analiz edebilir ve sürdürülebilirlik kapsamında kültürel ve toplumsal değerlerini sorgulayabilir.
- P.O. 7 :** Dinler tarihi üzerine edindiği kapsamlı bilgileri inanç turizminin gelişimi ve turizm sektöründeki paydaşların toplumsal barışa ve kültürlerarası iletişim ve anlayışa katkılarını güçlendirecek yönde kullanabilir, öneriler getirebilir.
- P.O. 8 :** İnanç turizminin kendine özgü dinamiklerini ve gerektirdiği hassasiyetleri, bu alanda faaliyet gösteren işletmelerin işleyişlerini makro ve mikro açılardan bütüncül bir bakış açısı ile anlayabilir, analiz edebilir, sorgulayabilir ve sorunların çözümlerine ilişkin karar verebilir.
- P.O. 9 :** İnanç turizmi alanında faaliyet gösterecek bir işletmeyi kurabilmek, yürütebilmek ve yönetebilmek için gerekli olan teorik bilgiyi edinir, edindiği bilgileri pratiğe uyarlayabilirve inisiyatif kullanabilir.
- P.O. 10 :** Alanıyla ilgili konuları, disiplinler arası bir yaklaşımın getirdiği farklı ve bütüncül bakış açısı ile değerlendirebilir, etik ilkeleri benimseme ve bunu bilimsel duruş ve yaklaşımlarına yansıtarak farklı inanç ve fikirlerle saygılı olur.
- P.O. 11 :** Bilgi ve verileri mesleki anlamda tanımlar, analiz eder, sentezler, yorumlar ve değerlendirir.
- P.O. 12 :** Bilimsel araştırma yöntemlerini kullanarak alanıyla ilgili bir araştırmayı planlar, yürütür, değerlendirir ve rapor halinde sunar.
- P.O. 13 :** Toplumsal ve mesleki etik değerleri kavrar, eleştirel bakış açısıyla değerlendirir ve uygun davranışlar geliştirir.
- P.O. 14 :** Edindiği bilgi ve becerileri analiz eder, eleştirel şekilde yorumlar ve değerlendirir.
- P.O. 15 :** Alanında uzmanlık gerektiren konularda bir çalışmayı başkalarıyla ve bağımsız olarak etkin bir şekilde yürütür.
- L.O. 1 :** Turizmin bir hac alanı ya da inanç turizmi destinasyonu geliştirmek ve pazarlanmasını sağlamak amacıyla başarılı bir şekilde nasıl kullanılabileceğinin değerlendirilmesi.
- L.O. 2 :** İnanç turizmi destinasyonları ve hac alanları ziyaretçilerinin beklentilerini karşılayabilmek amacıyla turist davranışının değerlendirilmesi.
- L.O. 3 :** Yahudi, Hristiyan, Müslüman ve pagan dinlerin hac alanları ile dünya çapındaki hac organizasyonlarının öğrenilmesi.