

İndirilme Tarihi

10.02.2026 09:53:17

TUİ610 - NEW APPROACHES IN TOURISM MARKETING - Turizm Araştırmaları Enstitüsü - Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

General Info

Objectives of the Course

The aim of this course is to inform students about the contemporary marketing approaches recently developed in today's business environment which has a dynamic structure.

Course Contents

Evaluating new definition of marketing and development of marketing mix, Postmodern Marketing, Value Based Marketing, Market Orientation, Organizational Service Marketing, Neuromarketing, Service Dominant Logic, Customer Engagement, Database Marketing, Relationship Marketing, Social Media and Marketing, Event Marketing, Mobile Marketing, Guerilla Marketing

Recommended or Required Reading

Bilgisayar, projeksiyon

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Project Presentation, Q&A, Discussion

Recommended Optional Programme Components

There is no issue

Instructor's Assistants

Phd. Şule ARDIÇ YETİŞ

Presentation Of Course

Face to face

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Assoc. Prof. Dr. Şule Ardiç Yetiş

Program Outcomes

1. Get informed about the change in marketing approaches
2. Get informed in detail about the new marketing approaches and be able to apply these approaches
3. Know the importance and application of new marketing approaches in tourism, can apply these effectively

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1		Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	The content of the course is the change and development in marketing philosophy/understanding in the historical process	
2	Torlak, Ö. (2022), "Pazarlamanın Yeni Tanımı ve Pazarlama Karmasındaki Değişime İlişkin Değerlendirmeler", Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, 8 (1), 129-155. Doi: 10.15659/patu.8.1.066	Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	New definition of marketing and evaluations regarding the change in marketing mix	
3	Tekin, M., Şahin, E., & Göbenez, Y. (2014). Postmodern Pazarlama Yaklaşımıyla Modern Pazarlama Yöntemleri: Güncel Şirket Uygulamaları. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(31.1), 225-232.		Post modern marketing	
4	Memiş, S. (2017). PAZARLAMAMA KAVRAMI VE UYGULAMADAKİ BAZI ÖRNEKLER. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(50): 770-775.	Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	Non-Marketing	

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
5	Benli, T., & Karaosmanoğlu, K. (2017). BİR PAZARLAMA STRATEJİSİ OLARAK İÇERİK PAZARLAMA. Mesleki Bilimler Dergisi (MBD), 6(1 (DÜZELTME), 27-38.	Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	Content Marketing	
6	Yücel, A., & Çubuk, F. (2013). Nöropazarlama ve Bilinçaltı Reklamcılık Yaklaşımlarının Karşılaştırılması. Niğde Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(2), 172-183. Karadağ, H. E., & Parıltı, N. (2021). Nöro Pazarlama, Bilinçaltı Algı Ve Gösterge Bilimsel Çerçevesinden "Hz. Muhammed: Allahın Elçisi" Sinema Filminin Çözümlemesi Ve Anlamlandırma. Sakarya İletişim, 1(1), 111-134.	Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	Neuromarketing/Subconscious Marketing	
7	Yapraklı, Ş., & Noksan, E. (2023). Firmaların Yeşil Pazarlama Karmasının Kurumsal İtibar ve Marka Evangelizmi Üzerindeki Etkisi: Cep Telefonu Sektörü ve GSM Operatörlerinde Karşılaştırmalı Bir Saha Araştırması. Aksaray Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(4), 341-356. https://doi.org/10.52791/aksarayiibd.1251908 . Ardıç Yetiş, Ş. (2018). SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA KÜÇÜK ÖLÇEKLİ KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE YEŞİL PAZARLAMA UYGULAMALARI. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 9(23): 82-98.	Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	Green Marketing	
8			Midterm Exam	
9	Aşıkoğlu, Ş., & Övey, İ. S. (2022). Türkiye’de Sağlık Turizminin Niş Pazarı; Bağımlılık Tedavi Merkezleri. European Journal of Managerial Research (EUJMR), 6(11), 41-57.	Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	Niche/gap Marketing	
10	Çoban, S. (2005). Müşteri Sadakatinin Kazanılmasında Veri Tabanlı Pazarlamanın Kullanımı. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(19), 295-307. BAYKAL, M. ., & YAZICI AYYILDIZ, A. (2023). Veri Tabanlı Pazarlama Faaliyetlerinin Müşteri Sadakatine Etkisi: Kuşadası’ndaki 4 ve 5 Yıldızlı Otel Yöneticileri Üzerine Bir Uygulama . Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 8(2), 1247–1268. https://doi.org/10.21325/jotags.2020.606	Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	Data Based Marketing	
11	Deniz, S., & Kamer, H. (2013). İlişkisel pazarlama kavramı. Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi(29), 3-16	Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	Relationship Marketing	
12	Koçak Alan, A., Tümer Kabadayı, E., & Erişke, T. (2018). İLETİŞİMİN YENİ YÜZÜ: DİJİTAL PAZARLAMA VE SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 17(66), 493-504. https://doi.org/10.17755/esosder.334699	Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	Social Media and Marketing	
13	Gedik, Y. (2021). ETKİNLİK PAZARLAMASI: AVANTAJLARI, ZORLUKLARI VE STRATEJİLERİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME. Stratejik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(3), 497-515. https://doi.org/10.30692/sisad.941490	Theoretical Explanations and Discussions Research Based Learning Group Work	Event Marketing	

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
14	Cabi Bilge, A., & Kara, H. (2024). Turizm İşletmelerinde Uygulanan Mobil Pazarlama Uygulamalarının Tüketici Davranışları Açısından Değerlendirilmesi. Çatalhöyük Uluslararası Turizm Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi(12), 44-60. https://doi.org/10.58455/cutsad.1487331 Kılıç, B., Yozukmaz, N., Yüksel, F., Bilici, H. (2017). TURİZMDE MOBİL PAZARLAMA: TURİSTLERİN MOBİL PAZARLAMA UYGULAMALARINA KARŞI TUTUMLARI. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(38), 449-472. https://doi.org/10.31795/baunsobed.645115		Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	Mobile Marketing	
15	Yüksekbilgili, Z. (2011). Gerilla pazarlama: Kuramsal bir çerçeve. Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi(22), 49-54 Bozdoğan, E. Ç. . M., & Bozdoğan, M. (2012). ALTERNATİF PAZARLAMA İLETİŞİMİ ARACI OLARAK GERİLLA PAZARLAMA: UYGULANMIŞ GERİLLA PAZARLAMA REKLAM ÖRNEKLERİNİN İNCELENMESİ ve TURİZM SEKTÖRÜ İÇİN MODEL ÖNERİLERİ. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 7(28), 4788-4812. https://doi.org/10.19168/jyu.51687		Theoretical Explanation and Discussions Research Based Learning Group Work	Guerrilla Marketing	
16					Final Exam

Workload

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

Assesments

Activities	Weight (%)
Final	60,00
Vize	40,00

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

Table :

- P.O. 1 :** Turizm İşletmeciliği alanında ve ilgili disiplinlerde sahip olduğu bilgiyi uzmanlık düzeyinde geliştirir ve derinleştirir.
- P.O. 2 :** Turizm alanı ile ilgili ulusal ve uluslararası hukuki düzenlemeleri kavrar ve uygular.
- P.O. 3 :** Turizm sektöründeki güncel konular ve sorunlar için yaratıcı ve pratik çözüm önerileri geliştirir.
- P.O. 4 :** Bilimsel araştırma yöntemlerini kullanarak alanıyla ilgili bir araştırmayı planlar, yürütür, değerlendirir ve rapor halinde sunar.
- P.O. 5 :** Makro ve mikro ölçekte turizm plan ve politikaları konusunda ayrıntılı bilgi sahibi olur.
- P.O. 6 :** Ulusal ve uluslararası turizm işletmelerini etkin şekilde yönetebilmek için gerekli olan önemli işletmecilik ilkelerini bilir, eleştirel şekilde değerlendirir ve uygular.
- P.O. 7 :** Turizm işletmeciliği ile ilgili rekabet stratejileri geliştirir ve uygular.
- P.O. 8 :** Alanında uzmanlık gerektiren konularda bir çalışmayı başkalarıyla ve bağımsız olarak etkin bir şekilde yürütür.
- P.O. 9 :** Yaşam boyu öğrenme için gerekli olan davranışlar ve yetkinlikler geliştirir.
- P.O. 10 :** Edindiği bilgi ve becerileri analiz eder, eleştirel şekilde yorumlar ve değerlendirir.
- P.O. 11 :** Bir yabancı dili en az Avrupa Dil Portföyü B2 genel düzeyinde kullanarak sözlü ve yazılı iletişim kurar.
- P.O. 12 :** Turizm İşletmeciliği alanıyla ilgili bilgisayar yazılımı, bilgi ve iletişim teknolojilerini ileri düzeyde kullanır.
- P.O. 13 :** Toplumsal ve mesleki etik değerleri kavrar, eleştirel bakış açısıyla değerlendirir ve uygun davranışlar geliştirir.
- P.O. 14 :** Yazılı ve sözlü olarak etkili iletişim ve sunum becerileri gösterir.
- P.O. 15 :** Sosyal adalet, kültürel değerler ve çevreye duyarlılık gibi konularda yeterli bilince sahip olur.
- L.O. 1 :** Pazarlama yaklaşımlarındaki değişim hakkında bilgi sahibi olur
- L.O. 2 :** Yeni pazarlama yaklaşımları hakkında detaylı bilgi sahibi olur ve bunları uygulayabilir
- L.O. 3 :** Yeni pazarlama yaklaşımlarının turizm alanındaki uygulamalarını ve bunların önemini bilir; bunları etkin bir şekilde uygulayabilir