

İndirilme Tarihi

10.02.2026 09:52:57

TÜİ610 - TURİZM PAZARLAMASINDA YENİ YAKLAŞIMLAR - Turizm Araştırmaları Enstitüsü - Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Dersin amacı, dinamik bir yapı gösteren günümüz işletmecilik ortamında, yeni geliştirilen güncel pazarlama yaklaşımları konusunda öğrencileri bilgilendirmektir.

Dersin İçeriği

Pazarlamanın yeni tanımı ve pazarlama karmasındaki değişime ilişkin değerlendirmeler, Postmodern Pazarlama, Değer Temelli Pazarlama, Pazar Odaklılık, Örgütsel Hizmet Odaklılık, Nöropazarlama, Hizmet Baskın Mantık, Müşteri Bağlılığı, Veri Tabanlı, İlişkisel Pazarlama, Sosyal Medya ve Pazarlama, Etkinlik Pazarlaması, Mobil Pazarlama, Gerilla Pazarlama

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Bilgisayar, projeksiyon

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Proje Sunumu, Soru- Cevap, Tartışma

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Bir husus yok

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Doç. Dr. Şule ARDIÇ YETİŞ

Dersin Verilişi

Yüz yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Şule Ardiç Yetiş

Program Çıktısı

1. Pazarlama yaklaşımlarındaki değişim hakkında bilgi sahibi olur
2. YEni pazarlama yaklaşımları hakkında detaylı bilgi sahibi olur ve bunları uygulayabilir
3. Yeni pazarlama yaklaşımlarının turizm alanındaki uygulamalarını ve bunların önemini bilir; bunları etkin bir şekilde uygulayabilir

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim		Uygulama
		Laboratuvar	Metodları Teorik	
1			Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	Dersin içeriği, tarihsel süreçte pazarlama felsefesindeki/anlayışındaki değişim ve gelişim
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		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	Pazarlamanın yeni tanımı ve pazarlama karmasındaki değişime ilişkin değerlendirmeler
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 Pazarlama

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim		Uygulama
		Laboratuvar	Metodları Teorik	
4	Memiş, S. (2017). PAZARLAMAMA KAVRAMI VE UYGULAMADAKİ BAZI ÖRNEKLER. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(50): 770-775.		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	Pazarlamama
5	Benli, T., & Karaosmanoğlu, K. (2017). BİR PAZARLAMA STRATEJİSİ OLARAK İÇERİK PAZARLAMA. Mesleki Bilimler Dergisi (MBD), 6(1 (DÜZELTME), 27-38.		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	İçerik Pazarlaması
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.		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	Nöropazarlama/Bilinçaltı Pazarlama
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 . Ardiç Yetiş, Ş. (2018). SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA KÜÇÜK ÖLÇEKLİ KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE YEŞİL PAZARLAMA UYGULAMALARI. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 9(23): 82-98.		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	Yeşil Pazarlama
8				Ara Sınav
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.		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	Niş/gedik Pazarlama
10	Çoban, S. (2005). Müşteri Sadâkatinin 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		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	Veri Tabanlı Pazarlama
11	Deniz, S., & Kamer, H. (2013). İlişkisel pazarlama kavramı. Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi(29), 3-16		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	İlişkisel Pazarlama

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim		Uygulama
			Metodları	Teorik	
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		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	Sosyal Medya ve Pazarlama	
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		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	Etkinlik Pazarlaması	
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		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	Mobil Pazarlama	
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		Teorik Anlatım ve Tartışmalar Araştırma Tabanlı Öğrenme Grup Çalışmaları	Gerilla Pazarlama	
16					Dönem sonu sınavı

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
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

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Final	60,00
Vize	40,00

	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	5		5				5								
Ö.Ç. 2	5		5				5								
Ö.Ç. 3	5		5				5								

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 :** Pazarlama yaklaşımlarındaki değişim hakkında bilgi sahibi olur
- Ö.Ç. 2 :** Yeni pazarlama yaklaşımları hakkında detaylı bilgi sahibi olur ve bunları uygulayabilir
- Ö.Ç. 3 :** Yeni pazarlama yaklaşımlarının turizm alanındaki uygulamalarını ve bunların önemini bilir; bunları etkin bir şekilde uygulayabilir