

Department of Tourism Management / Department of Tourism Management / TOURISM MANAGEMENT						
Course Code	Course Name	Teorical	Practice	Laboratory	Credits	ECTS
Tİ411D	INTERNATIONAL PROMOTION IN TOURISM	2.00	0.00	0.00	2.00	3.00
Course Detail						
Course Language	: Turkish					
Qualification Degree	: Bachelor					
Course Type	: Optional					
Preconditions	: Not					
Objectives of the Course	: This course aims to teach students how destinations and tourism businesses are positioned and promoted in the international market. To achieve this, the course covers the theoretical foundations and practical applications of international promotion in the tourism sector.					
Course Contents	: The concept of promotion, tourism strategy-promotion relationship, marketing mix and promotion, promotional activities, communication and promotion, media, use of media in promotion, image, advertising, public relations, sponsorship, sales promotion, personal sales, events, other promotional activities, tourism promotion examples from around the world					
Recommended or Required Reading	: 1. Avcıkurt, C. (2025). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. Ankara: Detay Yayıncılık. 2. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık. 3. Mercan, Ş.O. ve Üzülmöz, M. (2020). Uluslararası Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık 4. Köktener, A. (2020). Gelenekselden Yeni Nesile Tüm Yönleriyle ULUSLARARASI REKLAMCILIK. Ankara: Detay Yayıncılık. 5. Belch, G. E. and Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion (sixth edition). Boston: The McGraw-Hill. 6. Evcin, E. (2020). Türkiye’de Turizm ve Tanıtma (Tarihî İncelemeler). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.					
Planned Learning Activities and Teaching Methods	: Lecture, question-answer, discussion, case study.					
Recommended Optional Programme Components	: There are no other issues proposed for the course.					
Course Instructors	:					
Instructor’s Assistants	: Research Assistant Rûmeysa UNAT					
Presentation Of Course	: The course is taught in a traditional classroom setting.					
Update Date	: 9/11/2025 3:49:31 PM					
Dosya İndirilme Tarihi	: 9/26/2025					

Course Outcomes
Upon the completion of this course a student :
1 can explain the concept of promotion and the importance of promotion in tourism
2 have an understanding of promotional activities.
3 Analyze promotional strategies and tools used in tourism
4 Have knowledge about the roles of communication and media types in promotion.
5 Develop a critical perspective on international tourism promotion activities
6 Prepare an international promotion plan for a destination/business.

Preconditions						
Course Code	Course Name	Teorical	Practice	Laboratory	Credits	ECTS

Weekly Contents						
	Teorical	Practice	Laboratory	Preparation Info	Teaching Methods	Course Learning Outcomes
1.Week	*Course introduction – The concept, scope, and importance of international promotion in tourism			*1. Avcıkurt, C. (2025). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. Ankara: Detay Yayıncılık. 2. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık. 3. Mercan, Ş.O. ve Üzülmöz, M. (2020). Uluslararası Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık 4. Köktener, A. (2020). Gelenekselden Yeni Nesile Tüm Yönleriyle ULUSLARARASI REKLAMCILIK. Ankara: Detay Yayıncılık. 5. Belch, G. E. and Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion (sixth edition). Boston: The McGraw-Hill. 6. Evcin, E. (2020). Türkiye’de Turizm ve Tanıtma (Tarihî İncelemeler). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.	*Lecture, question-answer, discussion	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2

	Teorical	Practice	Laboratory	Preparation Info	Teaching Methods	Course Learning Outcomes
2.Week	*International marketing: Marketing mix in tourism			*1. Avcıkurt, C. (2025). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. Ankara: Detay Yayıncılık. 2. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık. 3. Mercan, Ş.O. ve Üzülmmez, M. (2020). Uluslararası Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık 4. Köktener, A. (2020). Gelenekselden Yeni Nesile Tüm Yönleriyle ULUSLARARASI REKLAMCILIK. Ankara: Detay Yayıncılık. 5. Belch, G. E. and Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion (sixth edition). Boston: The McGraw-Hill. 6. Evcin, E. (2020). Türkiye’de Turizm ve Tanıtma (Tarihî İncelemeler). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.	*Lecture, question-answer, discussion	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2
3.Week	*Promotion mix in international tourism			*1. Avcıkurt, C. (2025). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. Ankara: Detay Yayıncılık. 2. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık. 3. Mercan, Ş.O. ve Üzülmmez, M. (2020). Uluslararası Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık 4. Köktener, A. (2020). Gelenekselden Yeni Nesile Tüm Yönleriyle ULUSLARARASI REKLAMCILIK. Ankara: Detay Yayıncılık. 5. Belch, G. E. and Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion (sixth edition). Boston: The McGraw-Hill. 6. Evcin, E. (2020). Türkiye’de Turizm ve Tanıtma (Tarihî İncelemeler). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.	*Lecture, question-answer, discussion	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3
4.Week	*- Promotion mix in international tourism: Advertising			*1. Avcıkurt, C. (2025). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. Ankara: Detay Yayıncılık. 2. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık. 3. Mercan, Ş.O. ve Üzülmmez, M. (2020). Uluslararası Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık 4. Köktener, A. (2020). Gelenekselden Yeni Nesile Tüm Yönleriyle ULUSLARARASI REKLAMCILIK. Ankara: Detay Yayıncılık. 5. Belch, G. E. and Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion (sixth edition). Boston: The McGraw-Hill. 6. Evcin, E. (2020). Türkiye’de Turizm ve Tanıtma (Tarihî İncelemeler). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.	*Lecture, question-answer, discussion	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4
5.Week	*- Promotion mix in international tourism: Public relations and publicity			*1. Avcıkurt, C. (2025). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. Ankara: Detay Yayıncılık. 2. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık. 3. Mercan, Ş.O. ve Üzülmmez, M. (2020). Uluslararası Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık 4. Köktener, A. (2020). Gelenekselden Yeni Nesile Tüm Yönleriyle ULUSLARARASI REKLAMCILIK. Ankara: Detay Yayıncılık. 5. Belch, G. E. and Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion (sixth edition). Boston: The McGraw-Hill. 6. Evcin, E. (2020). Türkiye’de Turizm ve Tanıtma (Tarihî İncelemeler). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.	*Lecture, question-answer, discussion	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4

	Teorical	Practice	Laboratory	Preparation Info	Teaching Methods	Course Learning Outcomes
6.Week	*- Promotion mix in international tourism: promotion and personal selling			*1. Avcıkurt, C. (2025). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. Ankara: Detay Yayıncılık. 2. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık. 3. Mercan, Ş.O. ve Üzülmmez, M. (2020). Uluslararası Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık 4. Köktener, A. (2020). Gelenekselden Yeni Nesile Tüm Yönleriyle ULUSLARARASI REKLAMCILIK. Ankara: Detay Yayıncılık. 5. Belch, G. E. and Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion (sixth edition). Boston: The McGraw-Hill. 6. Evcin, E. (2020). Türkiye’de Turizm ve Tanıtma (Tarihî İncelemeler). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.	*Lecture, question-answer, discussion	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4
7.Week	*- Promotion mix in international tourism: lobbying and propaganda			*1. Avcıkurt, C. (2025). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. Ankara: Detay Yayıncılık. 2. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık. 3. Mercan, Ş.O. ve Üzülmmez, M. (2020). Uluslararası Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık 4. Köktener, A. (2020). Gelenekselden Yeni Nesile Tüm Yönleriyle ULUSLARARASI REKLAMCILIK. Ankara: Detay Yayıncılık. 5. Belch, G. E. and Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion (sixth edition). Boston: The McGraw-Hill. 6. Evcin, E. (2020). Türkiye’de Turizm ve Tanıtma (Tarihî İncelemeler). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.	*Lecture, question-answer, discussion	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4
8.Week	*Midterm exam					
9.Week	*Traditional promotional tools in international promotion: Fairs, etc.			*1. Avcıkurt, C. (2025). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. Ankara: Detay Yayıncılık. 2. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık. 3. Mercan, Ş.O. ve Üzülmmez, M. (2020). Uluslararası Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık 4. Köktener, A. (2020). Gelenekselden Yeni Nesile Tüm Yönleriyle ULUSLARARASI REKLAMCILIK. Ankara: Detay Yayıncılık. 5. Belch, G. E. and Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion (sixth edition). Boston: The McGraw-Hill. 6. Evcin, E. (2020). Türkiye’de Turizm ve Tanıtma (Tarihî İncelemeler). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.	*Lecture, question-answer, discussion	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4
10.Week	*Digitalization and new media tools in international promotion			*1. Avcıkurt, C. (2025). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. Ankara: Detay Yayıncılık. 2. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık. 3. Mercan, Ş.O. ve Üzülmmez, M. (2020). Uluslararası Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık 4. Köktener, A. (2020). Gelenekselden Yeni Nesile Tüm Yönleriyle ULUSLARARASI REKLAMCILIK. Ankara: Detay Yayıncılık. 5. Belch, G. E. and Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion (sixth edition). Boston: The McGraw-Hill. 6. Evcin, E. (2020). Türkiye’de Turizm ve Tanıtma (Tarihî İncelemeler). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.	*Lecture, question-answer, discussion	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4

	Teorical	Practice	Laboratory	Preparation Info	Teaching Methods	Course Learning Outcomes
11.Week	*Destination image and branding in international promotion			*1. Avcıkurt, C. (2025). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. Ankara: Detay Yayıncılık. 2. Rızaoğlu, B. (2003). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık. 3. Mercan, Ş.O. ve Üzülmöz, M. (2020). Uluslararası Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık 4. Köktener, A. (2020). Gelenekselden Yeni Nesile Tüm Yönleriyle ULUSLARARASI REKLAMCILIK. Ankara: Detay Yayıncılık. 5. Belch, G. E. and Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion (sixth edition). Boston: The McGraw-Hill. 6. Evcin, E. (2020). Türkiye’de Turizm ve Tanıtma (Tarihî İncelemeler). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.	*Lecture, question-answer, discussion	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4
12.Week	*Turkey's international promotion strategies - Analyzing TGA reports			*https://tga.gov.tr/	*Lecture, question-answer, discussion, case analysis	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5
13.Week	*Analysis of Turkey's promotional films			*- https://tga.gov.tr/ - https://goturkiye.com/	*Question-answer, discussion, case analysis	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5
14.Week	*Türkiye'nin sosyal medya tanıtım faaliyetlerinin analizi			*- https://goturkiye.com/ - https://tga.gov.tr/	*Question-answer, discussion, case analysis	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5
15.Week	*- Presentation and discussion of prepared international promotion programs, - General review and closing of the course.				*Question-answer, discussion, presentation.	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6

Assesment Methods %
1 Ara Sınav : 40.000
3 Final : 40.000

ECTS Workload			
Activities	Count	Time(Hour)	Sum of Workload
Vize	1	1.00	1.00
Proje	1	10.00	10.00
Final	1	1.00	1.00
Derse Katılım	2	15.00	30.00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	1	14.00	14.00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	2	14.00	28.00
Ara Sınav Hazırlık	1	3.00	3.00
Final Sınavı Hazırlık	1	4.00	4.00
Total :			91.00
Sum of Workload / 30 (Hour) : 3			
ECTS : 3.00			

Program And OutcomeRelation																						
	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
L.O. 1	3	2	0	0	0	2	0	0	0	3	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 2	2	3	0	0	0	2	0	0	0	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 3	3	4	0	0	0	3	3	0	0	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 4	0	3	0	0	0	3	3	0	0	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 5	3	4	0	0	0	4	4	0	0	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 6	3	4	0	0	0	5	5	0	0	4	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0
Avarage	2.33	3.33	0	0	0	3.17	2.50	0	0	3.33	0	0	0	3.33	0	0	0	0	0	0	0	0

BEWARE OF PLAGIARISM! Please pay attention to proper academic citation rules and avoid plagiarism, an unethical and academically fraudulent behavior, when completing reports, assignments, or other academic works, and it is treated with the same disciplinary action as cheating in a classroom setting. It is imperative to refrain from presenting another person s ideas, language, expressions, or any other form of intellectual property as your own. Regardless of quality, your assignments/projects/research should reflect your original work. Perfection is not a requirement, and in case of any uncertainties regarding academic writing guidelines, you may seek clarification from your course instructor.

Engel Durumu/Uyarlama Talebi : Engel durumuna ilişkin herhangi bir uyarlama talebinde bulunmak isteyen öğrenciler, dersin öğretim elemanı ya da Nevsehir Engelli Öğrenci Birimi ile en kısa sürede iletişime geçmelidir.