

Yıl	
-----	--

Otel, Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü / Otel, Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü / TURİZM VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ						
Ders Kodu	Ders Adı	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi	AKTS
TO234	TURİZM PAZARLAMASI	2,00	0,00	0,00	2,00	3,00
Ders Detayı						
<b>Dersin Dili</b>	: Türkçe					
<b>Dersin Seviyesi</b>	: Önlisans					
<b>Dersin Tipi</b>	: Seçmeli					
<b>Ön Koşullar</b>	: Yok					
<b>Dersin Amacı</b>	: Bu dersin amacı, öğrencilere turizm pazarlamasına ilişkin temel kavramları öğretmek; turistik ürün, turizm pazarı, tüketici davranışları, pazarlama karması, fiyatlandırma, dağıtım ve tutundurma stratejileri hakkında bilgi kazandırmaktır. Ders kapsamında öğrencilerin turizm işletmeleri ve destinasyonlar için pazarlama süreçlerini kavramaları, güncel pazarlama yaklaşımlarını ve dijital pazarlama uygulamalarını tanımları hedeflenmektedir.					
<b>Dersin İçeriği</b>	: Bu ders kapsamında; pazarlama ve turizm pazarlamasıyla ilgili temel kavramlar, turizm pazarlamasının özellikleri ve önemi ele alınmaktadır. Turistik ürün kavramı ve özellikleri, turizm pazarları, tüketici davranışları, pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma stratejileri incelenmektedir. Ayrıca pazarlama karması (ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma), turizm işletmelerinde fiyatlandırma ve dağıtım kanalları, tutundurma faaliyetleri, dijital pazarlama ve sosyal medyanın turizm pazarlamasındaki rolü, destinasyon pazarlaması ve marka yönetimi konularına yer verilmektedir. Dersin sonunda turizm pazarlamasında güncel eğilimler ve sürdürülebilir pazarlama yaklaşımları değerlendirilmektedir.					
<b>Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar</b>	: Kozak, N. (2006). Turizm Pazarlaması. Ankara: Detay Yayıncılık. Meydan Uygur, S. (2007). Örnek Olaylarla Turizm Pazarlaması, Ankara: Detay Yayıncılık. Kotler, P. (2000). Marketing Management. London: Printice Hall. Ders notları ve yardımcı kitaplar					
<b>Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri</b>	: Bu ders kapsamında öğretim süreci; teorik anlatım, soru-cevap, sınıf içi tartışma ve örnek olay incelemeleri ile yürütülmektedir. Derslerde turizm pazarlamasına ilişkin temel kavramlar ve kuramsal çerçeve, görsel sunular ve güncel sektör örnekleri ile desteklenerek aktarılmaktadır. Öğrencilerin derse aktif katılımını sağlamak amacıyla grup tartışmaları, kısa uygulama çalışmaları ve vaka analizleri gerçekleştirilmektedir. Ayrıca dijital pazarlama, sosyal medya ve destinasyon pazarlaması gibi güncel konular kapsamında öğrenci sunularına yer verilmektedir. Ölçme ve değerlendirme süreci ara sınav ve final sınavı ile desteklenerek öğrencilerin kuramsal bilgileri analiz etme ve yorumlama becerileri geliştirilmesi hedeflenmektedir.					
<b>Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar</b>	: Ders kapsamında öğrencilerin derslere düzenli katılım göstermeleri ve haftalık konulara hazırlıklı gelmeleri önerilmektedir. Güncel turizm pazarlaması uygulamalarının takip edilmesi, sektörle ilgili haber ve örneklerin derse taşınması öğrencilerin konuları daha iyi kavramalarına katkı sağlayacaktır. Ders sürecinde sunum, ödev ve grup çalışmaları yapılması halinde öğrencilerin akademik etik kurallarına uygun hareket etmeleri beklenmektedir. Ayrıca dijital kaynakların ve çevrim içi platformların ders materyali olarak etkin biçimde kullanılması önerilmektedir.					
<b>Dersi Veren Öğretim Elemanları</b>	: Öğr. Gör. Dr. Özlem Başar					
<b>Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları</b>	: Öğr. Gör. Dr. İrem YILDIRIM					
<b>Dersin Verilişi</b>	: Ders, haftada iki saat sınıf ortamında yüz yüze işlenecektir.					
<b>En Son Güncelleme Tarihi</b>	: 27.01.2026 14:06:09					
<b>Dosya İndirilme Tarihi</b>	: 28.01.2026					

Ders Öğrenme Çıktıları
<b>Bu dersi tamamladığında öğrenci :</b>
1 Turizm pazarlamasıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri açıklar.
2 Turistik ürünün özelliklerini ve turizm pazarlarının yapısını tanımlar.
3 Turizmde tüketici davranışlarını ve talebi etkileyen faktörleri analiz eder.
4 Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma stratejilerini açıklar.
5 Turizm pazarlamasında pazarlama karması (4P/7P) unsurlarını ayırt eder.
6 Turizm işletmelerinde fiyatlandırma, dağıtım ve tutundurma stratejilerini örneklerle açıklar.
7 Dijital pazarlama ve sosyal medyanın turizm pazarlamasındaki rolünü değerlendirir.
8 Destinasyon pazarlaması ve marka yönetimi kavramlarını temel düzeyde açıklar.

Ön / Yan Koşullar						
Ders Kodu	Ders Adı	Koşul	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi AKTS

Haftalık Konular ve Hazırlıklar						
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
1.Hafta	*Turizm Pazarlamasına Giriş ve Temel Kavramlar			*Pazarlama ve turizm kavramlarına ilişkin temel okumalar	*Anlatım, soru-cevap	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3

	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
2.Hafta	*Pazarlama Kavramının Gelişimi ve Turizmde Pazarlama Anlayışı			*Geleneksel ve modern pazarlama yaklaşımlarının incelenmesi	*Anlatım, sınıf içi tartışma	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.5
3.Hafta	*Turistik Ürün Kavramı ve Özellikleri			*Turistik ürün bileşenlerine ilişkin okuma	*Anlatım, örnek olay incelemesi	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3
4.Hafta	*Turizm Pazarlamasında Tüketici Davranışları			*Turist motivasyonları ve satın alma sürecinin incelenmesi	*Anlatım, tartışma	Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4
5.Hafta	*Turizm Pazarları ve Pazar Bölümlendirme			*Turizm pazar türlerinin araştırılması	*Anlatım, örnek analizleri	Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4
6.Hafta	*Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma			*Başarılı turizm markalarına ilişkin inceleme	*Anlatım, vaka analizi	Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5
7.Hafta	*Pazarlama Karması (4P-7P) ve Turizmde Uygulamalar			*4P ve 7P unsurlarının incelenmesi	*Anlatım, görsel sunum	Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6
8.Hafta	*Ara Sınav (Vize)			*İlk 7 haftanın tekrar edilmesi	*Yazılı sınav	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
9.Hafta	*Turizm Pazarlamasında Fiyatlandırma			*Turizmde fiyatlandırma stratejilerinin araştırılması	*Anlatım, örnek olay incelemesi	Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6

	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
10.Hafta	*Turizm Pazarlamasında Dağıtım Kanalları			*Online ve offline dağıtım kanallarının incelenmesi	*Anlatım, tartışma	Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7
11.Hafta	*Tutundurma Faaliyetleri ve İletişim			*Reklam, halkla ilişkiler ve satış geliştirme örnekleri	*Anlatım, örnek analizleri	Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7
12.Hafta	*Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya			*Turizmde sosyal medya kullanımına dair örnekler	*Anlatım, öğrenci tartışmaları	Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7
13.Hafta	*Destinasyon Pazarlaması ve Marka Yönetimi			*Başarılı destinasyon markalarının incelenmesi	*Anlatım, vaka analizi	Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8
14.Hafta	*Turizm Pazarlamasında Güncel Eğilimler ve Genel Değerlendirme			*Güncel turizm pazarlaması haberlerinin takibi	*Tartışma, öğrenci sunumları	Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8
15.Hafta	*Final Sınavı			*Tüm dönem konularının tekrar edilmesi	*Yazılı sınav	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8

Değerlendirme Sistemi %
1 Ara Sınav : 40,000
3 Final : 60,000

AKTS İş Yüğü			
Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Teorik Ders Anlatım	14	2,00	28,00
Ara Sınav Hazırlık	1	10,00	10,00

Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Final Sınavı Hazırlık	1	14,00	14,00
Vize	1	1,00	1,00
Final	1	1,00	1,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00	14,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00	14,00
			Toplam : 82,00
			Toplam İş Yüğü / 30 ( Saat ) : 3
			AKTS : 3,00

Program Öğrenme Çıktısı İlişkisi																						
	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. 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
Ö.Ç. 1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ö.Ç. 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ö.Ç. 3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ö.Ç. 4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ö.Ç. 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ö.Ç. 6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ö.Ç. 7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ö.Ç. 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ortalama	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Aşırımaçılığa Dikkat ! : Raporlarınızda/ödevlerinizde/çalışmalarınızda akademik alıntılama kurallarına ve aşırımaçılığa (intihal) lütfen dikkat ediniz. Aşırımaçılık etik olarak yanlış, akademik olarak suç sayılan bir davranıştır. Sınıf içi kopya çekme ile raporunda/ödevinde/çalışmasında aşırımaçılık yapma arasında herhangi bir fark yoktur. Her ikisi de disiplin cezası gerektirir. Lütfen başkasının fikirlerini, sözlerini, ifadelerini vb. kendinizinmiş gibi sunmayınız. İyi veya kötü, yaptığınız ödev/çalışma size ait olmalıdır. Sizden kusursuz bir çalışma beklenmemektedir. Akademik yazım kuralları konusunda bir sorunuz olursa dersin öğretim elemanı ile görüşebilirsiniz.

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

Year

Hotel, Restaurant and Catering Services Department / Hotel, Restaurant and Catering Services Department /						
Course Code	Course Name	Teorical	Practice	Laboratory	Credits	ECTS
TO234	TOURISM MARKETING	2.00	0.00	0.00	2.00	3.00
Course Detail						
<b>Course Language</b>	: Turkish					
<b>Qualification Degree</b>	: PreBachelor					
<b>Course Type</b>	: Optional					
<b>Preconditions</b>	: Not					
<b>Objectives of the Course</b>	: The aim of this course is to provide students with fundamental concepts of tourism marketing and to develop their understanding of tourism products, tourism markets, consumer behavior, marketing mix, pricing, distribution, and promotion strategies. Within the scope of the course, students are expected to comprehend marketing processes in tourism enterprises and destinations, and to become familiar with contemporary marketing approaches and digital marketing practices.					
<b>Course Contents</b>	: This course covers fundamental concepts of marketing and tourism marketing, as well as the characteristics and importance of tourism marketing. Topics include the concept and characteristics of tourism products, tourism markets, consumer behavior, market segmentation, target market selection and positioning strategies. The course also examines the marketing mix (product, price, place, promotion), pricing strategies and distribution channels in tourism enterprises, promotional activities, digital marketing and the role of social media in tourism marketing, destination marketing and brand management. Finally, current trends in tourism marketing and sustainable marketing approaches are discussed.					
<b>Recommended or Required Reading</b>	: Kozak, N. (2006). Tourism Marketing. Ankara: Detay Publishing. Meydan Uygur, S. (2007). Tourism Marketing, Ankara: Detay Publishing. Kotler, P. (2000). Marketing Management. London: Printice Hall. Course notes and supplementary books					
<b>Planned Learning Activities and Teaching Methods</b>	: The teaching and learning process of this course is conducted through lectures, question-answer sessions, in-class discussions, and case studies. Fundamental concepts and theoretical frameworks of tourism marketing are supported by visual presentations and current industry examples. To encourage active student participation, group discussions, short practical exercises, and case analyses are incorporated into the course. Student presentations are also included, particularly in topics related to digital marketing, social media, and destination marketing. Assessment methods such as midterm and final exams are used to enhance students' abilities to analyze and interpret theoretical knowledge.					
<b>Recommended Optional Programme Components</b>	: Students are recommended to attend classes regularly and to come prepared for weekly topics. Following current tourism marketing practices and bringing industry-related news and examples into the classroom will contribute to a better understanding of the subjects. In cases where presentations, assignments, or group work are included, students are expected to comply with academic ethics. In addition, the effective use of digital resources and online platforms as course materials is recommended.					
<b>Instructors</b>	: Öğr. Gör. Dr. Özlem Başar					
<b>Instructor's Assistants</b>	: Lecturer İrem YILDIRIM					
<b>Presentation Of Course</b>	: The course will be delivered face-to-face in a classroom environment for two hours per week.					
<b>Update Date</b>	: 1/27/2026 2:06:09 PM					
<b>Dosya İndirilme Tarihi</b>	: 1/28/2026					

Course Outcomes	
<b>Upon the completion of this course a student :</b>	
1	Explain the fundamental concepts and principles of tourism marketing.
2	Define the characteristics of tourism products and the structure of tourism markets.
3	Analyze consumer behavior in tourism and the factors affecting tourism demand.
4	Explain market segmentation, target market selection, and positioning strategies.
5	Distinguish the elements of the marketing mix (4P/7P) in tourism marketing.
6	Explain pricing, distribution, and promotion strategies in tourism enterprises with examples.
7	Evaluate the role of digital marketing and social media in tourism marketing.
8	Explain the basic concepts of destination marketing and brand management.

Pre / Side Conditions							
Course Code	Course Name	Condition	Teorical	Practice	Laboratory	Credits	ECTS

Weekly Contents						
	Teorical	Practice	Laboratory	Preparation Info	Teaching Methods	Course Learning Outcomes
1.Week	*Introduction to Tourism Marketing and Basic Concepts			*Basic readings on marketing and tourism concepts	*Lecture, question-answer	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3

	<b>Teorical</b>	<b>Practice</b>	<b>Laboratory</b>	<b>Preparation Info</b>	<b>Teaching Methods</b>	<b>Course Learning Outcomes</b>
2.Week	*Development of the Marketing Concept and Tourism Marketing Approach			*Review traditional and modern marketing approaches	*Lecture, class discussion	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.5
3.Week	*Concept and Characteristics of Tourism Products			*Reading on tourism product components	*Lecture, case study	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3
4.Week	*Consumer Behavior in Tourism Marketing			*Review tourist motivations and buying behavior	*Lecture, discussion	Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4
5.Week	*Tourism Markets and Market Segmentation			*Research tourism market types	*Lecture, example analysis	Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4
6.Week	*Target Market Selection and Positioning			*Review successful tourism brands	*Lecture, case analysis	Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5
7.Week	*Marketing Mix (4P–7P) and Applications in Tourism			*Review elements of 4P and 7P	*Lecture, visual presentation	Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6
8.Week	*Midterm Exam			*Revision of Weeks 1–7	*Written exam	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
9.Week	*Pricing in Tourism Marketing			*Research tourism pricing strategies	*Lecture, case study	Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6

	<b>Teorical</b>	<b>Practice</b>	<b>Laboratory</b>	<b>Preparation Info</b>	<b>Teaching Methods</b>	<b>Course Learning Outcomes</b>
10.Week	*Distribution Channels in Tourism Marketing			*Review online and offline distribution channels	*Lecture, discussion	Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7
11.Week	*Promotion Activities and Communication			*Review advertising and promotion examples	*Lecture, example analysis	Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7
12.Week	*Digital Marketing and Social Media in Tourism			*Review social media use in tourism	*Lecture, student discussions	Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7
13.Week	*Destination Marketing and Brand Management			*Review successful destination brands	*Lecture, case analysis	Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8
14.Week	*Current Trends in Tourism Marketing and General Evaluation			*Follow current tourism marketing news	*Discussion, student presentations	Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8
15.Week	*Final Exam			*Revision of all course topics	*Written exam	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.7 Ö.Ç.8

#### Assesment Methods %

1 Ara Sınav : 40.000

3 Final : 60.000

#### ECTS Workload

<b>Activities</b>	<b>Count</b>	<b>Time(Hour)</b>	<b>Sum of Workload</b>
Teorik Ders Anlatım	14	2.00	28.00
Ara Sınav Hazırlık	1	10.00	10.00

Activities	Count	Time(Hour)	Sum of Workload
Final Sınavı Hazırlık	1	14.00	14.00
Vize	1	1.00	1.00
Final	1	1.00	1.00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1.00	14.00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1.00	14.00
			Total : 82.00
			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
	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	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
L.O. 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Avarage	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	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 uyarılma talebinde bulunmak isteyen öğrenciler, dersin öğretim elemanı ya da Nevşehir Engelli Öğrenci Birimi ile en kısa sürede iletişime geçmelidir.