



ESOGU Turizm Fakültesi
Turizm İşletmeciliği Bölümü Ders Bilgi Formu

DÖNEM | Bahar

DERSİN KODU | 271112004 | **DERSİN ADI** | Pazarlama İlkeleri

YARIYIL	HAFTALIK DERS SAATI			DERSİN			
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Kredisi	AKTS	TÜRÜ	DİLİ
II	2	0	0	2	4	ZORUNLU (X) SEÇMELİ ()	Türkçe

DERSİN KATEGORİSİ

Destek Dersleri	Temel Mesleki Dersler	Uzmanlık / Alan Dersleri	Beşerî, İletişim ve Yönetim Becerileri Dersleri	Aktarılabılır Beceri Dersleri
	X			

DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ

YARIYIL İÇİ	Faaliyet türü	Sayı	%
	I. Ara Sınav		
II. Ara Sınav			
Kısa Sınav			
Ödev			
Proje			
Rapor			
Diğer (.....)			
YARIYIL SONU SINAVI			60

VARSA ÖNERİLEN ÖNKOŞUL(LAR)

DERSİN KISA İÇERİĞİ	Pazarlamada Temel Kavramlar ve Pazarlama Anlayışındaki Değişim Tüketici Davranışı ve Davranışı Etkileyen Faktörler Pazar Büyüklüğü ve Tahmini Pazarlama Stratejileri Pazarlamada ortaya çıkan Yeni Trendler
DERSİN AMAÇLARI	Pazarlamanın Gelişimi sürecini ve Pazarlamaya ait temel kavramları öğrencilere öğretmek
DERSİN MESLEK EĞİTİMİNİ SAĞLAMAYA YÖNELİK KATKISI	Pazarlamaya ait temel kavramları öğrencilere aktararak Turizm Pazarlaması ve Tüketici Davranışı derslerine temel oluşturmak
DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI	<ul style="list-style-type: none">● Pazarlamanın amaç ve önemini kavrama● Pazarlama Bileşenlerini analiz etme● Pazarlama Araştırmasına yönelik süreci öğrenme● Pazarlama ve Sosyal sorumluluk arasında bağ kurma● Pazarlamanın İşletmeler için önemini anlama● Modern Pazarlama dinamiklerini anlama ve yorumlama
TEMEL DERS KİTABI	Altunışık, Özdemir, Torlak, 2011, Pazarlamaya Giriş, Sakarya Yayıncılık, Sakarya
YARDIMCI KAYNAKLAR	Konuların ayrıntılı şekilde anlaşılmasını sağlayacak makaleler
DERSTE GEREKLİ ARAÇ VE GEREÇLER	

DERSİN HAFTALIK PLANI

HAFTA	İŞLENEN KONULAR
1	Pazarlama da Temel Kavramlar
2	Pazarlama Çevresi
3	Pazar Bilgisi ve Pazarlama Araştırması
4	Tüketici Davranışları
5	Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Belirleme
6	Ürün ve Ürün Stratejileri
7	Ara Sınav
8	Fiyat ve Fiyatlandırma Kararları
9	Tutundurma Stratejileri
10	Dağıtım Kanalları ve Stratejileri
11	Pazarlama da Kontrol, Sosyal Sorumluluk ve Pazarlama Ahlakı
12	Hizmet Pazarlaması
13	Uluslararası Pazarlama
14	Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar
15,16	Final Sınavı

NO	PROGRAM ÇIKTISI	3	2	1
1	Turizm işletmeciliği alanı ile ilgili temel kavramları ve bilgileri anlamak,		X	
2	Turizm işletmeciliği ile ilgili konularda diğer insanları bilgilendirmek,		X	
3	Turizm sektöründe kurulacak yeni bir işletmenin yatırım aşamasıyla ilgili becerileri elde etmek,		X	
4	Turizm sektöründe faaliyet gösterecek/gösteren bir işletmeyi yönetebilmek,,		X	
5	Turizm işletmelerinde yönetimin yerel, ulusal ve uluslararası boyutlarını kavramak,		X	
6	Bir turizm işletmesinin iç ve dış çevresini analiz edebilecek araçları kullanabilmek,		X	
7	Turizm işletmelerinde karşılaşılabilecek öngörülemeyen karmaşık durumlarda sorumluluk alarak çözüm üretebilmek,		X	
8	Atatürk ilke ve inkılapları ile ilgili bilgi ve bilince sahip olmak,			X
9	Turizm işletmeciliği alanındaki kavramları, fikirleri ve verileri, bilimsel yöntemlerle değerlendirmek,		X	
10	Turizmin sektörünün gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek,			X
11	Turizm işletmeciliği alanındaki talep koşullarına bağlı sürekli dalgalanma ile baş edebilecek düzeyde sektörel şartları tanımak,		X	
12	Turizm işletmeciliği özel bir alanında (önbüro, kat hizmetleri, satış ve pazarlama, vb) uzmanlaşmak,	X		
13	Makro ölçekteki turizm plan ve politikalarını kavramak,		X	
14	Turizm işletmeciliği alanında bilimsel araştırma bilgi ve yeteneğine sahip olmak,		X	
15	Turizm sektörü ile ilgili eğilimleri anlama ve yorumlama becerisine sahip olmak,		X	
16	Turizm sektörünün toplumu etkileyen boyutlarında (doğal ve kültürel çevrenin korunması gibi) yeterli bilgi ve bilince sahip olmak,		X	
17	Turizm sektöründeki güncel sorunların kaynağını eleştirel düşünceyle belirleyebilmek,		X	
18	Sektörel anlamda Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahip olmak,			X
19	En az iki yabancı dilde sözlü ve yazılı iletişim becerilerine sahip olmak,			X
20	Turizm işletmelerindeki kişilerle (işletme yöneticileri, müşteriler, çalışanlar) empati kurarak aktif iletişimde bulunabilmek		X	
21	Turizm işletmelerinde yönetimin stratejik, taktiksel ve operasyonel boyutlarını kavramak,		X	

1:Hiç Katkısı Yok. 2:Kısmen Katkısı Var. 3:Tam Katkısı Var.

Dersin Öğretim Üyesi:**İmza:****Tarih:**