



**ESOGÜ Turizm Fakültesi**  
**Turizm İşletmeciliği Bölümü Ders Bilgi Formu**

<b>DÖNEM</b>	Güz
--------------	-----

<b>DERSİN KODU</b>	261113009	<b>DERSİN ADI</b>	Turizm Pazarlaması
--------------------	-----------	-------------------	--------------------

YARIYIL	HAFTALIK DERS SAATI			DERSİN			
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Kredisi	AKTS	TÜRÜ	DİLİ
III	2	0	0	2	3	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 (.....)			
<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>			60

**VARSA ÖNERİLEN ÖNKOŞUL(LAR)**

**DERSİN KISA İÇERİĞİ**

Pazar, pazarlama, turistik ürün kavramları.

**DERSİN AMAÇLARI**

Bu dersin amacı, küreselleşen dünyada sürekli değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek mal ve hizmet üretiminde yaşamsal öneme sahip veriler sağlayan pazarlama bilimini turizm sektörünün karakteristik özelliklerini dikkate alarak öğrencilere çalışma hayatında gerekli olacak bilgiyi verebilmektir.

**DERSİN MESLEK EĞİTİMİNİ SAĞLAMAYA YÖNELİK KATKISI**

**DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI**

- Pazarlamanın öneminin içselleştirilmesinin sağlanması,
- Pazarlama alanındaki temel bilgilerin verilmesi,
- Hizmet pazarlama alanındaki temel bilgilerin verilmesi
- Turizm pazarlaması alanındaki temel kavramların öğretilmesi,
- Pazarlama stratejilerinin öğrenilmesi,
- Pazarlama stratejilerinin, turizm alanında uygulayabilme yeteneğinin kazandırılması
- Müşteri yönlü olmanın içselleştirilmesini sağlanması

**TEMEL DERS KİTABI**

Uygur, S. M. (2007). Turizm Pazarlaması. Ankara: Nobel Yayıncılık.  
Kozak, N. (2010). Turizm Pazarlaması. Ankara: Detay Yayıncılık.

**YARDIMCI KAYNAKLAR**

Hacıoğlu, N. (2010). Turizm Pazarlaması. Ankara: Nobel Yayıncılık.

**DERSTE GEREKLİ ARAÇ VE GEREÇLER**

DERSİN HAFTALIK PLANI	
HAFTA	İŞLENEN KONULAR
1	Pazarlamanın tanımı, kapsamı ve gelişimi
2	Hizmet pazarlaması
3	Turizm pazarlaması, turizm pazarlama çevresi
4	Turizm işletmelerinde stratejik planlama ve pazarlama planlaması
5	Turizm pazarlama bilgi sistemi ve pazarlama araştırması
6	Turistik tüketici satın alma davranışı
7	Ara sınav
8	Turizm işletmelerinde pazar bölümlenme, hedef pazar seçme ve konumlandırma
9	Turizm işletmelerinde pazarlama karması: ürün
10	Turizm işletmelerinde pazarlama karması: fiyat
11	Turizm işletmelerinde pazarlama karması: dağıtım
12	Turizm işletmelerinde pazarlama karması: tutundurma
13	Turizm işletmelerinde fiziksel çevre, katılımcılar ve süreç yönetimi
14	Doğrudan pazarlama ve elektronik ortamda pazarlama
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 öngörülemez karmaşık durumlarda sorumluluk olarak 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: