



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Destinasyon ve Marka							
Ders Kodu		REM228		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	102 (Saat)	Teori	3	Uygulama	1	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Marka olmanın giderek daha fazla önem kazandığı turizm sektöründe, markalaşmanın ve sürdürülebilirliğin yöntemlerini değerlendirmektir.							
Özet İçeriği		İşletmeler ve destinasyonlar bazında markalaşma ile ilgili marka imajı, marka sadakati, marka farkındalığı gibi konular ele alınacaktır.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Gösterip Yaptırma, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Dr. Öğr. Üyesi Elvan KESER						

Ders Koşulları

Ön Koşul	REM203
----------	--------

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Aaker, David A.(1996), Building Strong Brands. Free Press, Newyork
2	Ar, Aybeniz Akdeniz (2007), Marka ve Marka Stratejileri.Nobel Yayın, İstanbul.
3	Aktuğlu, Işıl Karpaz (2009), Marka Yönetimi. İletişim Yayınları, İstanbul
4	Erdil, T. Sabri ve Yeşim Uzun (2009), Marka Olmak. Beta Yayınları, İstanbul.
5	Dereli, Türkay ve Adil Baykasoğlu (2007), Toplam Marka Yönetimi. Hayat Yayınları, İstanbul.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Öğrencilerle tanışma, dersin işlenişi ve amacı hakkında bilgi verme
2	Teorik	Turizm Pazarlaması ve Marka kavramı
3	Teorik	Markanın bileşenleri (İsim, logo, ve slogan)
4	Teorik	Marka türleri (Şemsiye markalar, jenerik markalar..)
5	Teorik	Marka ile ilgili kavramlar-1(Marka kişiliği, kimliği, sadakati, imajı)
6	Teorik	Marka ile ilgili kavramlar-2 (Marka denkliği, marka farkındalığı, marka tekerleği)
7	Teorik	Markalaşma süreci
8	Teorik	Markanın konumlandırılması ve yeniden konumlandırma, algılama haritaları
9	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
10	Teorik	Marka iletişimi
11	Teorik	Turizm işletmelerinde markalaşma örnekleri
12	Teorik	Destinasyon markalama
13	Teorik	Destinasyonlarda markalaşma örnekleri



14	Teorik	Destinasyonlarda markalaşma örnekleri
15	Teorik	Dersin genel bir değerlendirmesi
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	2	2	56
Ödev	10	0	1	10
Bireysel Çalışma	5	0	1	5
Ara Sınav	1	14	1	15
Dönem Sonu Sınavı	1	15	1	16
Toplam İş Yüğü (Saat)				102
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Markanın pazarlama alanındaki yeri ve önemini kavrar.
2	Marka olmanın yöntemlerini öğrenir.
3	Markanın isim, logo ve slogan gibi bileşenlerini tanır.
4	Marka konumlandırma ile, tüketicilerin zihnine nasıl hitap edilmesi gerektiğini öğrenir.
5	Hizmet markalamayı tanır.
6	Destinasyonların markalanması konusunda çeşitli örnekler üzerinden çıkarımlar yapabilir.

Program Çıktıları (Yiyecek İçecek İşletmeciliği Programı)

1	Bilimsel ve mesleki etik değerlere sahip olmak.
2	Analitik ve eleştirel düşünce yeteneği kazanmak
3	Yaşam boyu yeni bilgi ve beceriler kazanma gerekliliği bilincine sahip olmak
4	Turizm sektörü ile ilgili temel kavramları bilmek.
5	Turizm ile doğal, kültürel ve sosyal çevre ilişkileri bilincine sahip olmak.
6	Alanında güncel konular ve yapılan araştırmaları takip edebilecek ve iletişim kurabilecek düzeyde yabancı dil bilgine sahip olmak.
7	İkinci bir yabancı dili orta düzeyde kullanabilmek.
8	Ekip çalışması yapma becerisine sahip olmak.
9	Alanında bilişim teknolojilerini iyi düzeyde kullanabilme becerisine sahip olmak.
10	Alanında yönetsel bilgi birikimi ve beceriye sahip olmak.
11	Turizm endüstrisinin gerektirdiği insan ilişkileri ve davranışları konusunda yetkin olmak.
12	Alanında trendleri takip edebilmek.
13	Yiyecek içecek işletmeciliği alanında girişimcilik ve işletme kuruluş işlemleri konularına hakim olmak.
14	Mesleğinin gerektirdiği konularda bilgi ve beceri sahibi olmak.
15	Yiyecek içecek işletmelerinde kullanılan PC donanım ve ekipman hakkında bilgi sahibi olmak ve kullanabilmek.
16	Yiyecek içecek işletmelerinde sorunları saptama, çözümüne yönelik kararlar alma ve uygulama becerisine sahip olmak.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5	ÖÇ6
PÇ1	3	3	3	3	3	3
PÇ2	4	3	3	3	3	3
PÇ3	5	4	4	3	3	3
PÇ4	4	3	3	3	3	3
PÇ5	3	3	3	3	3	3
PÇ6	1	1	1	1	1	1
PÇ7	1	1	1	1	1	1
PÇ8	1	1	1	1	1	1
PÇ9	1	1		1	1	1



PÇ10	2	2	2	2	2	2
PÇ11	1	1	1	1	1	1
PÇ12	3	2	3	3	2	3
PÇ13	2	2	3	3	3	3
PÇ14	4	3	3	3	3	3
PÇ15	1	1	1	1	1	1
PÇ16	1	1	1	1	1	1

