



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Turizm Pazarlaması							
Ders Kodu		HOM304		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	3	İş Yüğü	81 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bir taraftan pazarlama bilgi, kavram, kuram ve araçlarının turizm açısından değerdendirebilmek-uygulayabilmek, diğder taraftan turizm pazarlanmasına özgü yeni bilgi, kavram, kuram ve araçları geliştirebilmektir.							
Özet İçeriğı		Pazarlamanın kavranması, Turizm pazarlamanının kavranması, Turistik tüketici davranışı, Tatil satın alma karar süreci, Turistik istem ve turist tiplendirmesi, Turizm pazarları ve Pazar bölümlemesi, Turistik ürün kararları, turistik fiyatlama kararları, turistik dağıtım(turist getirme) kararları, turistik tutundurma kararları.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Gösterip Yaptırma, Tartışma, Bireysel Çalışma, Problem Çözme							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Doç. Dr. Ahu YAZICI AYYILDIZ						

Ölçme ve Değerdendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Rızaoğlu, Bahattin (2007), Turizm Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara.
---	--

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Pazarlamanın kavranması (pazarlamanın uğraşmak zorunda olduğı engeller, pazarlama yönlü olmanın ilkeleri, pazarlama işlevleri)
2	Teorik	Turizm pazarlamanın kavranması (niteliğı, turizm pazarlama anlayışının geliştirilmesi, hizmetin özellikleri turizm pazarlamanın özellikleri)
3	Teorik	Turistik tüketici davranışı (turistik tüketici davranış araştırmasının yararları, turistik tüketici davranışının psikolojik, toplumsal, kültürel, kişisel, durumsal etmenleri)
4	Teorik	Tatil satın alma karar süreci (tatil satın alma karar sürecinin aşamaları, etmenleri, algılanan risk ve çeşitleri, özellikleri)
5	Teorik	Turistik istem ve turist tiplendirmesi (turistik istemi oluşturan etmenler, turistik istemin özellikleri, turist tiplendirmeleri)
6	Teorik	Turizm pazarları ve Pazar bölümlemesi (Pazar ve Pazar bölümlemenin niteliğı, Pazar bölümlemenin dayandırıldığı varsayımlar, Pazar bölümlemenin yararları ve koşulları, bölümleme yöntemleri, turizm pazarlarının gruplandırılması ve özellikleri)
7	Teorik	Turistik ürün kararları (turistik ürün kararlarının niteliğı, turistik ürünlerin boyutları ve düzeyleri, turistik ürün sınıflandırılması, turistik ürünlerin özellikleri, turistik ürün stratejileri)
8	Teorik	Turistik ürün kararları (turistik ürün kararlarının niteliğı, turistik ürünlerin boyutları ve düzeyleri, turistik ürün sınıflandırılması, turistik ürünlerin özellikleri, turistik ürün stratejileri)
9	Ara Sınav (Vize)	Ara sınavı
10	Teorik	Turistik fiyatlama kararları (fiyatlama amaçları, fiyatlama yaklaşımları, fiyat değışiklikleri)
11	Teorik	Turistik fiyatlama kararları (fiyatlama amaçları, fiyatlama yaklaşımları, fiyat değışiklikleri)
12	Teorik	Turistik dağıtım (turist getirme) kararları: dağıtım sistemleri(dağıtım işlevleri, turistik dağıtım sisteminin türleri)
13	Teorik	Turistik dağıtım(turist getirme) kararları: turizm pazarlama araçları (turizm pazarlama araçlarının faaliyetleri, sınıflandırılması)
14	Teorik	Turistik tutundurma kararları (tutundurmanın boyutları, tutundurma yaklaşımları-reklamcılık, halkla ilişkiler, sürülmeme, bildirseme, duyurum, lobicilik, kişisel satış)
15	Teorik	Genel değerdendirme
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Yarıyıl sonu sınavı



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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	0	3	42
Ödev	14	2	0	28
Ara Sınav	1	4	1	5
Dönem Sonu Sınavı	1	5	1	6
Toplam İş Yükü (Saat)				81
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				3

*25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Turizm pazarlamasının niteliğini öğrenir.
2	Hizmetin belirleyici özelliklerini kavrar.
3	Tatil satın alma karar sürecini öğrenir.
4	Mal ve hizmet arasındaki farklılıkları öğrenir.
5	Turistik ürünün niteliği. Boyutlarını ve düzeylerini kavrar.
6	Turistik fiyatlama yöntemlerinin neler olduğunu öğrenir.
7	Turistik dağıtım sistemlerinin ve turizm pazarlama araçlarının ne olduğu anlar.
8	Turistik tutundurmada hangi yaklaşımların kullanıldığını ve tutundurmanın boyutlarını kavrar

Program Çıktıları (Konaklama 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	Konaklama işletmeciliği alanında girişimcilik ve işletme kuruluş işlemleri konularına hakim olmak.
14	Mesleğinin gerektirdiği konularda bilgi ve beceri sahibi olmak.
15	Konaklama işletmelerinde kullanılan PC donanım ve ekipman hakkında bilgi sahibi olmak ve kullanabilmek.
16	Konaklama işletmelerinde sorunları saptama, çözümüne yönelik kararlar alma ve uygulama becerisine sahip olmak.

