



**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**  
**DERS BİLGİ FORMU**

Dersin Adı	Turizmde Çağdaş Pazarlama Yaklaşımları								
Ders Kodu	TUR535			Ders Düzeyi			Yüksek Lisans		
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	126 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Dersin temel amacı, destinasyon/turizm işletmeleri tarafından uygulanan pazarlama etkinliklerini; postmodern tüketici ihtiyaç, istek ve beklentileri çerçevesinde ele alarak, çağdaş pazarlama yaklaşımlarının kuramsal alt yapısını vermek ve bu kuramsal bilgiler ile destinasyonlar/turizm işletmelerinin uygulama örneklerini sentezleyerek yönetsel düzeyde karar verme ve uygulama becerileri kazanılmasına katkıda bulunabilmektir.								
Özet İçeriği	Ders kapsamında öncelikle pazarlamanın yeni tanımı ve pazarlama karmasındaki değişime ilişkin çağdaş pazarlama yaklaşımları hakkında açıklama ve tartışmalardan sonra, dönem boyunca değer pazarlaması, ilişkisel pazarlama, veri tabanlı pazarlama, gerilla pazarlaması, sanal topluluklar, etkinlik pazarlamasının özellikleri ve turizm endüstrisindeki uygulamaları değerlendirilecektir.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay, Proje Tabanlı Öğrenme, Bireysel Çalışma, Problem Çözme								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)	Dr. Öğr. Üyesi Ahu YAZICI AYYILDIZ								

#### Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	20
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	30
Uygulama	14	15
Ödev	14	15
Dönem Ödevi	4	20

#### Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Varinli, İ. Ve K. Çatı (Ed.) (2008). Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler. Detay Yayıncılık.
2	Tyler, Stephen J. (1987). The Unspeakable: Discourse, Dialogue, and Rhetoric in the Postmodern World (Rhetoric of Human Sciences). Madison, Wisconsin: Univ of Wisconsin Pr. ISBN 978-0-299-11274-5.
3	Fırat, A. F. ve N. Dholakia (2006). Theoretical and Philosophical Implications of Postmodern Debates: Some Challenges to Modern Marketing, Marketing Theory, 6(2): 123-162.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	İlk haftada derse giriş, tanışma, dersin amacı, önemi, içeriği, yararlanılacak kaynakların tanıtımı, ödev/seminer/proje konularının dağıtımı yapılacaktır.
	Ön Hazırlık	İlk hafta olması nedeniyle herhangi bir hazırlık yapılması beklenmemektedir.
2	Teorik	Çağdaş pazarlama yaklaşımlarına giriş, uygulama türleri ve sonuçlarının ölçümü, 7P ve 7C konuları tartışılacaktır.
	Ön Hazırlık	Çağdaş pazarlama kavramı hakkında ön okuma yapılması yararlı olacaktır.
3	Teorik	Postmodern tüketim ve tüketici davranışları turizm işletmeciliği açısından ele alınacaktır.
	Ön Hazırlık	Post modernizm kavramı hakkında araştırma yapılacaktır.
4	Teorik	Deneyim pazarlaması ve destinasyonlar/turizm işletmeleri
	Ön Hazırlık	Deneyim pazarlaması kavramıyla ilgili ön okuma yapılacaktır.
5	Teorik	Gerilla pazarlaması ve destinasyonlar/turizm işletmeleri
	Ön Hazırlık	Gerilla pazarlaması kavramıyla ilgili ön okuma yapılacaktır.
6	Teorik	İlişkisel pazarlama, müşteri ilişkileri yönetimi ve destinasyonlar/turizm işletmeleri
	Ön Hazırlık	İlişkisel pazarlama kavramıyla ilgili ön okuma yapılacaktır.
7	Teorik	Değer pazarlaması ve destinasyonlar/turizm işletmeleri
	Ön Hazırlık	Değer pazarlaması kavramıyla ilgili ön okuma yapılacaktır.
8	Teorik	Müşteri ilişkileri yönetimi ve destinasyonlar/turizm işletmeleri
	Ön Hazırlık	Müşteri ilişkileri yönetimi kavramıyla ilgili ön okuma yapılacaktır.
9	Ara Sınav (Vize)	Ara sınav
10	Teorik	Veri tabanlı pazarlama ve destinasyonlar/turizm işletmeleri



10	Ön Hazırlık	Veri tabanlı pazarlama kavramıyla ilgili ön okuma yapılacaktır.
11	Teorik	Etkinlik pazarlaması ve destinasyonlar/turizm işletmeleri
	Ön Hazırlık	Etkinlik pazarlaması kavramıyla ilgili ön okuma yapılacaktır.
12	Teorik	Sürdürülebilir pazarlama ve destinasyonlar/turizm işletmeleri
	Ön Hazırlık	Sürdürülebilir pazarlama kavramıyla ilgili ön okuma yapılacaktır.
13	Teorik	Doğrudan pazarlama ve destinasyonlar/turizm işletmeleri
	Ön Hazırlık	Doğrudan pazarlama kavramıyla ilgili ön okuma yapılacaktır.
14	Teorik	Örnek olay çözümlenmeleri
	Ön Hazırlık	Verilen örnek olaylar çözümlenecektir
15	Teorik	Bu derste dönemin genel bir tekrarı yapılarak eksiklikler telafi edilecektir.
	Ön Hazırlık	General review will be done and deficiencies will be made up for.
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	15	1	3	60
Ödev	15	2	0	30
Dönem Ödevi	4	6	0	24
Ara Sınav	1	5	1	6
Dönem Sonu Sınavı	1	5	1	6
Toplam İş Yükü (Saat)				126
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5

\*25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

### Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Destinasyon/turizm işletmeleri düzeyinde uygulanabilecek çağdaş pazarlama yaklaşımları hakkında bilgi sahibi olabilmek
2	Destinasyon/turizm işletmelerinin karşılaştıkları pazarlama problemlerine yönelik stratejiler üretebilmek
3	Postmodern tüketici (turist/ziyaretçi) davranışlarını kavrayabilmek ve çağdaş pazarlama yaklaşımları ile olan ilişkisini kurabilmek
4	Çağdaş pazarlama uygulamalarının destinasyona sağlayacağı sonuçları analiz edebilmek
5	Çağdaş pazarlama uygulamalarının işletmeye sağlayacağı sonuçları analiz edebilmek

### Program Çıktıları (Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı)

1	Turizm alanında lisans düzeyindeki yeterliliklerine dayalı olarak turizm işletmeciliği alanındaki bilgilerini uzmanlık düzeyinde geliştirir ve turizm işletmeciliğinin disiplinler arası yapısı bağlamında farklı disiplinlerin bakışı ile sektörü değerlendirebilir.
2	Turizm işletmeciliği alanındaki bir probleme ilişkin çalışma yaparken sektörün hem sosyo-ekonomik etkilerini hem de işletmecilikle ilgili sorunlarını birbirleri ile etkileşim içerisinde ayrı ayrı analiz eder.
3	Turizm işletmeciliği alanında daha önce ortaya koyulmamış belli konularda bilgi üretmek adına birincil veri kaynaklarına yönelik çalışma yapar.
4	Turizm işletmeciliği alanında ortaya çıkan güncel gelişmeleri ve kendi çalışmalarını, alanındaki ve dışındaki gruplara, yazılı, sözlü ve görsel olarak sistemli bir şekilde aktarır.
5	Turizm işletmeciliği alanındaki bir problemi, bağımsız olarak kurgular, çözüm yöntemi geliştirir, sonuçları değerlendirir ve alanına ilişkin projelerde, proje yürütücüsü veya katılımcısı olarak görev alır.
6	Turizm işletmeciliği alanında belli konularda strateji ve uygulama planları geliştirir ve elde edilen sonuçları değerlendirir; işletmenin görev aldığı alanlara ilişkin vizyon, amaç ve hedefleri belirler.
7	Turizm işletmeciliği alanında edindiği bilgi ve becerilere eleştirel bir gözle yaklaşır, sorgular ve sorunların tespiti, analizi ve çözümünde analitik yaklaşımı uygulayarak çok yönlü araştırma gerçekleştirir.
8	Turizm işletmelerinde görev aldığı alanla ilgili olarak sürekli kendini yeniler ve geliştirir.
9	Veri toplanması, yorumlanması, duyurulması aşamalarında bilimsel, sosyal ve etik değerleri gözeterek bu değerleri öğretebilir ve denetleyebilir.
10	En az bir yabancı dilde turizm literatürünü takip etme yeteneğine sahiptir.
11	Turizm işletmelerinin departmanları ile ilgili gelişmelerde paylaşıma açıktır ve bilgilerini paylaşır.
12	Turizm işletmelerinde kullanılan bilgi teknolojileri hakkında bilgi sahibidir ve bu teknolojileri kullanır.
13	Turizm işletmeciliği alanındaki ortaya koyulmuş mevcut verileri kullanarak bilimsel yöntemlerle bilgiyi geliştirir, bilimsel, toplumsal ve etik sorumluluk ile kullanır.
14	Turizm işletmeciliği alanında özümlediği bilgiyi ve problem çözme yeteneklerini, disiplinler arası çalışmalarda uygular.



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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	4	4	4	4	3
PÇ2	5	5	5	5	4
PÇ3	5	5	5	5	3
PÇ4	5	5	5	5	4
PÇ5	3	3	3	3	3
PÇ6	5	5	5	5	5
PÇ7	4	4	4	4	4
PÇ8	5	5	5	5	4
PÇ9	4	4	4	4	5
PÇ10	3	3	3	3	5
PÇ11	4	4	4	4	5
PÇ12	4	4	4	4	5
PÇ13	5	5	5	5	5
PÇ14	4	4	4	4	4

