



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ TEZSİZ YÜKSEK LİSANS (İÖ) PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Turizm İşletmelerinde Marka Yönetimi								
Ders Kodu	TUR533			Ders Düzeyi			Yüksek Lisans		
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	122 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Markalaşma ve marka yönetimi gibi güncel pazarlama uygulamalarının turizm işletmelerinde örnekendirerek incelenmesidir.								
Özet İçeriği	Bu derste ele alınacak kavramlar; markanın bileşenleri, marka sadakati, marka imajı, marka konumlandırma, marka değeri, marka farkındalığıdır.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Aaker, David A.(1996), Building Strong Brands. Free Press, Newyork.
2	Aktuğlu, Işıl Karpaz (2009), Marka Yönetimi. İletişim Yayınları, İstanbul.
3	Ar, Aybeniz Akdeniz (2007), Marka ve Marka Stratejileri.Nobel Yayın, İstanbul.
4	Gürgen, Haluk (1997), Örgütlerde İletişim Kalitesi. Der Yayınları, İstanbul.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Öğrencilerle tanışma, dersin işlenişi ve amacı hakkında bilgi verme
2	Teorik	Markanın tarihçesi, tanımı ve önemi
3	Teorik	Marka türleri
4	Teorik	Marka ile ilgili temel kavramlar-1 (marka kişiliği, kimliği, imajı)
5	Teorik	Marka ile ilgili temel kavramlar-1 (marka değeri, farkındalığı, sadakati)
6	Teorik	Markanın bileşenleri (isim, logo, slogan)
7	Teorik	Markalama
8	Ara Sınav (Vize)	Ara sınav
9	Teorik	Marka konumlandırma
10	Teorik	Marka yönetimi-1
11	Teorik	Marka Yönetimi-2
12	Teorik	Hizmet markalama
13	Teorik	Turizm İşletmelerinde markalama örnekleri-1
14	Teorik	Turizm İşletmelerinde Markalama Örnekleri-2
15	Teorik	Dersin Genel Bir Değerlendirmesi
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	15	0	3	45
Ödev	14	5	0	70
Ara Sınav	1	2	1	3



Dönem Sonu Sınavı	1	3	1	4
	Toplam İş Yüğü (Saat)			122
	Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi			5
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Marka ve ürün arasındaki farkı kavrar.
2	Pazarlamada marka konusunun güncelliğı ile ilgili örnekleri görür.
3	Marka ile ilgili çeşitli yan kavramları öğrenir.
4	Marka ismi, logosu gibi bileşenleri tanır.
5	Turizm ürünlerinin markalanmasını öğrenir.

Program Çıktıları (Turizm İşletmeciliğı Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) Programı)

1	Turizm alanında lisans düzeyindeki yeterliliklerine dayalı olarak turizm işletmeciliğı alanındaki bilgilerini uzmanlık düzeyinde geliştirir ve turizm işletmeciliğinin disiplinler arası yapısı bağlamında farklı disiplinlerin bakışı ile sektörü değerlendirebilir.
2	Turizm işletmeciliğı 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 işletmeciliğı alanında daha önce ortaya koyulmamış belli konularda bilgi üretmek adına birincil veri kaynaklarına yönelik çalışma yapar.
4	Turizm işletmeciliğı alanında ortaya çıkan güncel gelişmeleri ve kendi çalışmalarını, alanındaki ve dışındaki gruplara, yazılı, sözlü ve görsel olarak sistemli bir şekilde aktarır.
5	Turizm işletmeciliğı alanındaki bir problemi, bağımsız olarak kurgular, çözüm yöntemi geliştirir, sonuçları değerlendirir ve alanına ilişkin projelerde, proje yürütücüsü veya katılımcısı olarak görev alır.

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	5	4
PÇ2	3	3	4	4	3
PÇ3	4	4	4	3	4
PÇ4	3	3	4	4	4
PÇ5	4	4	4	4	4

