



**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)	Dr. Öğr. Üyesi Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN								

#### 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
<i>*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.</i>				

**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.

