|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Dersin Adı** | **Kodu** | **Yarıyılı** | **T+U** | **Kredisi** | **AKTS** |
| Çağdaş Turizm Pazarlaması |  | 5 | 2+0 | 2 | 2 |
| Ön koşul Dersler | - | | | | |
| Dersin Dili | Türkçe | | | | |
| Dersin Türü | Ortak Seçmeli | | | | |
| Dersi Öneren Fakülte/Bölüm | Turizm ve Otel İşletmeciliği/ Turizm Rehberliği | | | | |
| Dersin Yürütüleceği Kampüs | Osmanbey | | | | |
| Dersin Koordinatörü |  | | | | |
| Dersi Veren |  | | | | |
| Dersin Yardımcıları |  | | | | |
| Dersin Amacı | Turizm işletmelerinin pazarlamasında geleneksel pazarlama karması ögeleri ile modern pazarlama karması ögelerini üretici ve tüketici perspektifinden aktarmaktır. Pazarlama disiplini çerçevesinde ele alınan turizm pazarlamasını kendine özgü özelliklerini aktarmak, turistik ürün, turistik ürünün fiyatlandırılması, dağıtımı ve tutundurulmasına yönelik turizm işletmelerinde yürütülen faaliyetler hakkında bilgi vermektir. | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları | Bu dersin sonunda öğrenci;  1-Turistik ürün ve turistik ürünün doğasını kavrar.  2-Hizmet pazarlaması ile turizm pazarlaması arasındaki farklılıkları ortaya koyar.  3-Turizm pazarlamasının özelliklerini bilir.  4-Turizm pazarlamasında üretici ve tüketici yönlü bakış açısını kavrar. | | | | |
| Dersin İçeriği | Turistik ürün ve turistik ürünün özellikleri, turizm işletmelerinde dağıtım kanallarının işleyişi, fiyatlandırma, tutundurma karması ögeleri ve çağdaş turizm pazarlaması yaklaşımları | | | | |
| **Haftalar** | **Konular** | | | | |
| 1 | Pazarlamaya Giriş | | | | |
| 2 | Hizmet Pazarlaması | | | | |
| 3 | Turizm Pazarlamasına Giriş | | | | |
| 4 | Turizm Pazarlama Planlaması | | | | |
| 5 | Pazarlama Bilgi Sistemi | | | | |
| 6 | Turizm Pazarı | | | | |
| 7 | Pazarlama Karma Elemanları: Ürün | | | | |
| 8 | Pazarlama Karma Elemanları: Dağıtım | | | | |
| 9 | Pazarlama Karma Elemanları: Fiyat | | | | |
| 10 | Pazarlama Karma Elemanları: Tutundurma | | | | |
| 11 | Pazarlama Karma Elemanları: İnsan | | | | |
| 12 | Pazarlama Karma Elemanları: Fiziksel Kanıtlar | | | | |
| 13 | Pazarlama Karma Elemanları: Süreçler | | | | |
| 14 | Çağdaş Pazarlama Yaklaşımları | | | | |
| **Genel Yeterlilikler** | | | | | |
| Konaklama, Seyahat ve Yiyecek-İçecek işletmeleri başta olmak üzere diğer turizm işletmelerinde uygulanan pazarlama ve hizmet pazarlaması uygulamalarını kavrar. | | | | | |
| **Kaynaklar** | | | | | |
| Kozak, Nazmi (2016), “Turizm Pazarlaması” Detay Yayınları, Ankara.  Hacıoğlu, Necdet (2016) “Turizm Pazarlaması” Nobel Yayıncılık, Ankara. | | | | | |
| **Değerlendirme Sistemi** | | | | | |
| Dönem başında hazırlanacak izlence ile ilan edilecektir. | | | | | |