



YAKIN DOĐU ÜNİVERSİTESİ DIŐA AÇIK DERSLER KOORDİNATÖRLÜĞÜ

Okul/Fakülte: TURİZM VE OTEL İŐLETMECİLİĐİ MESLEK YÜKSEKOKULU

Bölüm/Program: TURİZM VE OTEL HİZMETLERİ - İNGİLİZCE

Ders Dili:	English	Ders Kodu:	THM243
Ders Türkçe İsmi:	TURİZM PAZARLAMASINA GİRİŐ		
Ders İngilizce İsmi:	INTRODUCTION TO MARKETING		
Dersi Verecek:	Uzm. Günay SADIKOĐLU		
Dersin Türü:	ZORUNLU	Dersin Seviyesi:	LİSANS
Yıl	2	Semester	4
Ders Kredisi:	3	AKTS Kredisi:	5
Teori(saat/hafta):	3,00	Uygulama(saat/hafta):	1,00
Laboratuvar(saat/hafta):	0,00		
Dersin İçeriĐi:	<p>During this course, students will acquire a conceptual base for understanding the role of marketing in a business environment. They will learn about marketing activities and the importance of marketing on overall organizational functioning.</p> <p>Additionally, students will have an opportunity to analyze cases in order to gain some real marketing perspectives.</p>		
ÖĐrenme Kazanımları:	<p>İlgili kavramları/kuramları anlayabilecek İlgili kavram/kuramların geçerliliğini tartışabilecek İlgili kavram/kuramların, gerçek hayattaki muhtemel uygulamalarını tartışabilecek ve öneriler sunabilecek İlgili kavram/kuramları gerçek hayata/verilen diğer durumlara/vakalara uygulayabilecek Sunum(lara)a hazırlık Verilen ölçütlere göre kendi çalışmalarını değerlendirebilecek Verilen ölçütlere göre arkadaşlarının çalışmalarını değerlendirebilecek Verilen çalışmayı bağımsızca yürütebilecek Verilen bir çalışma üzerinde grup halinde çalışabilecek İlgili kavramları sayabilecek ve açıklayabilecek ÖĐrenmenin değerini takdir edecek Hedeflenen becerileri geliőtirebilecek -</p>		
Dersin Amaçları:	<p>Belirlenen kavram(ları) açıklamak/anlatmak İlgili kavram(lar)la alakalı farkındalık yaratmak ve bunu geliőtirmek. Belirlenen kavram(lar)ın geçerliliğini tartışmak. Seçilen/belirlenen becerileri geliőtirmek Seçilen konuların derinlemesine/detaylı bir şekilde incelemek Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerin var olan bilgilerini geliőtirmek Seçilen kavramlar bağlamında öğrencilerin fikirlerini/bilgilerini/kavrayışlarını geliőtirmek Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerle var olan bilgilerini yenilemek YeniliĐi teşvik etmek Eleştirel düşünceyi geliőtirmek</p>		
ÖĐrenci İŐ Yüğü:			

	Derse hazırlık Ders saatleri Ara sınav Ara sınava hazırlık Final sınavı Final sınavına hazırlık Sunum(lar) Sunum(lara)a hazırlık Proje(ler)/makale(ler) için araştırma Proje yazımı Grup çalışması Sınıf içi tartışma(lar) Kısa sınav(lar) Kısa sınav(lar)a hazırlık Ödev(ler) Ders planlama
AKTS Formülü:	125/25=5
Kaynaklar:	Textbook : Kotler, Philip and Armstrong, Gary, 14th Edition (2012), Prentice-Hall
Değerlendirme:	Midterm Exam: 30 % Final Exam: 40% Assignment: 20% Class Participation : 10 %
İşe Yerleştirme(Staj):	
Ön Koşul Ders Kodları:	
1. Hafta (19 – 23 Eylül)	Defining Marketing and The Marketing Process
2. Hafta (26 – 30 Eylül)	Company and Marketing Strategy
3. Hafta (3 – 7 Ekim)	Analyzing The Marketing Environment
4. Hafta (10 – 14 Ekim)	Marketing Research
5. Hafta (17 – 21 Ekim)	Consumer Markets and Consumer Buyer Behavior
6. Hafta (24 – 28 Ekim)	Business Markets and Business Buyer Behavior
7. Hafta (31 - 4 Kasım)	Midterm Exam Week
8. Hafta (7 - 11 Kasım)	Market Segmentation and Targeting
9. Hafta (14 – 18 Kasım)	Differentiation and Positioning
10. Hafta (21 – 25 Kasım)	Product, Services and Brands
11. Hafta (28 - 2 Aralık)	New Product Development
12. Hafta (5 – 9 Aralık)	Pricing and Pricing Strategies
13. Hafta (12 -16 Aralık)	Personal Selling & Sales Promotion
14. Hafta (19 - 23 Aralık)	Advertising and Public Relations
15. Hafta (24 – 30 Aralık)	Final Exam Week
16. Hafta	Final Exam Week
17. Hafta	
18. Hafta	
19. Hafta	
20. Hafta	
21. Hafta	
22. Hafta	

23. Hafta	
24. Hafta	
25. Hafta	
26. Hafta	
27. Hafta	
28. Hafta	
