



## ESOGÜ Turizm Fakültesi Ders Bilgi Formu

DÖNEM	Bahar
-------	-------

DERSİN KODU	271116021	DERSİN ADI	Turizm ve Medya
-------------	-----------	------------	-----------------

YARIYIL	HAFTALIK DERS SAATI			DERSİN			
	Teori k	Uygulam a	Laboratuva r	Kredisi	AKTS	TÜRÜ	DİLİ
VI	2	0	0	2	4	ZORUNLU ( ) SEÇMELİ (x)	Türkçe
<b>DERSİN KATEGORİSİ</b>							
Destek Dersleri	Temel Mesleki Dersler	Uzmanlık / Alan Dersleri	Beşerî, İletişim ve Yönetim Becerileri Dersleri	Aktarılabılır Beceri Dersleri			
X							
<b>DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ</b>							
YARIYIL İÇİ	Faaliyet türü		Sayı	%			
	I. Ara Sınav		1	40			
	II. Ara Sınav						
	Kısa Sınav						
	Ödev						
	Proje						
	Rapor						
Diğer (.....)							
YARIYIL SONU SINAVI			1	60			
VARSA ÖNERİLEN ÖNKOŞUL(LAR)							
DERSİN KISA İÇERİĞİ		Turizmde medya, yeni medya ve elektronik iletişimin temellerinin incelenmesi					
DERSİN AMAÇLARI		<ul style="list-style-type: none"><li>Geleneksel medya ve yeni medyanın farkının anlaşılması</li><li>Medya turizm ilişkisinin kavranması</li><li>Medyanın turizm sektöründeki kullanımının ve algılanışının belirli düzeyde anlaşılması</li></ul>					
DERSİN MESLEK EĞİTİMİNİ SAĞLAMAYA YÖNELİK KATKISI		Medya, turizm ve pazarlama iletişiminin etkileşimini analiz edebilecek yetenek kazandırmak					
DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI		Medya kavramını bilir Medyanın gelişim sürecini ve hangi özelliklere sahip olduğunu yorumlar. Güncel e-turizm uygulamalarını, teknolojilerini ve başarılı uygulamaları bilir Yeni medyanın turizmdeki önemini kavrar Yeni tüketiciler ve yeni medya kullanım eğilimleri ile ilgili fikir sahibi olur.					
TEMEL DERS KİTABI							
YARDIMCI KAYNAKLAR		Marchiori, E. & Cantoni, L. (2012). The Online Reputation Construct: Does it Matter for the Tourism Domain? A Literature Review on Destinations' Online Reputation, Journal of information technology & tourism, 13/3, pp. 139-159. Kim & Fesenmaier (2017). Sharing Tourism Experiences: The Posttrip Experience, Journal of Travel Research 2017, Vol. 56(1) 28-40 Williams vd. (2017). Destination eWOM: A macro and meso network approach? Annals of Tourism Research, 64, pp. 87-101. When Tourists Become Data: Consumption, Surveillance, and Commerce. Current Issues in Tourism, 11(1), 1-23					
DERSTE GEREKLİ ARAÇ VE GEREÇLER							

DERSİN HAFTALIK PLANI	
HAFTA	KONULAR
1	Geleneksel Medya ve Yeni Medya Kavramları
2	Pazarlama İletişimi Unsuru Olarak Yeni Medya Kavramı
3	Web'in Dönüşümü: Geleneksel Medya'dan Yeni Medyaya
4	Yeni Medya ve Özellikleri
5	Yeni Medyanın Turizm Faaliyetlerindeki Rolü
6	Yeni Medya Araçları ve Bu Araçların Turizm Sektöründe Kullanımından Elde Edilen Yararlar
7	Yeni Medyada Turizm İşletmelerinin Başarılı Paylaşımından Örnekler
8	Turizmde Pazarlama İletişiminde Network ve İlişki Yönetimi
9	Yeni Medyada Marka Kimliği ve Stratejileri
10	Dijital Çağda İçerik Yönetimi: Örnek Olay Paylaşimleri
11	Turizmde Dijital Tüketicileri Anlamak
12	Yeni Medya Yeni Tüketiciler Mi Oluşturuyor?
13	Yeni Medya ve Deneyim Paylaşımı
14	Yeni Medya Kullanımı ve Gelecek Eğilimler
15,16	Final Sınavı

NO	PROGRAM ÇIKTISI	3	2	1
1	Turizm işletmeciliği ve otelcilik alanı ile ilgili temel kavramları ve bilgileri anlamak,		X	
2	Turizm sektöründe kurulacak yeni bir işletmenin yatırım aşamasıyla ilgili becerileri elde etmek,			X
3	Turizm sektöründe faaliyet gösterecek/gösteren bir işletmeyi yönetebilmek,,		X	
4	Turizm işletmelerinde yönetimin yerel, ulusal ve uluslararası boyutlarını kavramak,		X	
5	Turizm işletmeciliği alanındaki kavramları, fikirleri ve verileri, bilimsel yöntemlerle değerlendirmek,		X	
6	Turizmin sektörünün gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek,	X		
7	Turizm işletmeciliği alanındaki talep koşullarına bağlı sürekli dalgalanma ile baş edebilecek düzeyde sektörel şartları tanımak,		X	
8	Turizm işletmeciliği ve otelciliğin özel bir alanında (önbüro, kat hizmetleri, satış ve pazarlama, vb) uzmanlaşmak,		X	
9	Turizm işletmeciliği ve otelcilik alanında bilimsel araştırma bilgi ve yeteneğine sahip olmak,		X	
10	Turizm sektörü ile ilgili eğilimleri anlama ve yorumlama becerisine sahip olmak,	X		
11	Turizm sektörünün toplumu etkileyen boyutlarında (doğal ve kültürel çevrenin korunması gibi) yeterli bilgi ve bilince sahip olmak,		X	
12	Turizm sektöründeki güncel sorunların kaynağını eleştirel düşünceyle belirleyebilmek,		X	
13	Sektörel anlamda Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahip olmak,	X		
14	En az iki yabancı dilde sözlü ve yazılı iletişim becerilerine sahip olmak,			X
15	Turizm işletmelerindeki kişilerle (işletme yöneticileri, müşteriler, çalışanlar) empati kurarak aktif iletişimde bulunabilmek	X		

1:Hiç Katkısı Yok. 2:Kısmen Katkısı Var. 3:Tam Katkısı Var.

**Dersin Öğretim Üyesi:**