

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	AIRLINE MARKETING / AIRLINE MARKETING	
Ders Kodu / Course Code	SHU292	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Short Cycle / Short Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	3.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Modern teknikler ve stratejiler ışığında, özellikle hizmet pazarlaması odağında, sağlam bir pazarlama teori ve bilgi alt yapısı oluşturmak.	To create a solid marketing theory and knowledge infrastructure, especially with a focus on service marketing, in the light of modern techniques and strategies.
İçeriği / Content	Temel pazarlama bilgilerinin ışığında havacılık sektöründeki pazarlama uygulamalarını değerlendirilir. Pazarlama teorileri ve bilgilerinden havacılık pazarlama ve satış operasyonlarının tüm yönleri ele alınmakta, pazarlama, pazarlama karması, pazarlama planı geliştirme, pazar bölümlenme ve konumlandırma ve sosyal medya pazarlaması üzerine odaklanılmaktadır.	In the light of basic marketing information, marketing practices in the aviation industry are evaluated. From marketing theories and knowledge, all aspects of aviation marketing and sales operations are covered, focusing on marketing, marketing mix, marketing plan development, market segmentation and positioning, and social media marketing.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading		
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	1) Pazarlama çevresi kavramı kapsamında havacılık ve havayolları pazarlama çevresini değerlendirir. 2) Hizmet pazarlaması çerçevesinde havacılık sektörünü değerlendirir.	1) Evaluates aviation and airlines marketing environment within the scope of marketing environment concept. 2) Evaluates the aviation industry within the framework of service marketing.
2	3) Havacılık sektöründe pazar araştırması hakkında kapsamlı bilgiye sahip olur. 4) Havacılık sektöründe ürün ve marka kavramlarının pazarlamaya etkisi hakkında bilgi sahibi olur. 5) Havacılık sektöründe işletmenin fiyat politikasının belirlenmesi faaliyetlerini öğrenir	3) Have comprehensive knowledge about market research in aviation industry. 4) Gains knowledge about the effects of product and brand concepts on marketing in the aviation industry. 5) Learns the activities of determining the price policy of the enterprise in the aviation sector

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Temel Pazarlama Kavramları				
	Basic Marketing Concepts				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlamanın mikro ve makro çevre unsurları				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Havayolları ve Pazarlama Stratejileri, Porter'ın 'Beş Güç' Modeli ve Stratejik Aileler				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	12.00	12.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	28.00	28.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Okuma / Reading	14	1.00	14.00
Toplam / Total:	32	45.00	84.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 84.00/30.00 = 2.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 84.00 / 30.00 = 2.80 ~

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes									
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10
<p>1.1) Pazarlama çevresi kavramı kapsamında havacılık ve havayolları pazarlama çevresini değerlendirir.</p> <p>2) Hizmet pazarlaması çerçevesinde havacılık sektörünü değerlendirir. / 1) Evaluates aviation and airlines marketing environment within the scope of marketing environment concept.</p> <p>2) Evaluates the aviation industry within the framework of service marketing.</p>		5		4			5			
<p>2.3) Havacılık sektöründe pazar araştırması hakkında kapsamlı bilgiye sahip olur.</p> <p>4) Havacılık sektöründe ürün ve marka kavramlarının pazarlamaya etkisi hakkında bilgi sahibi olur.</p> <p>5) Havacılık sektöründe işletmenin fiyat politikasının belirlenmesi faaliyetlerini öğrenir / 3) Have comprehensive knowledge about market research in aviation industry.</p> <p>4) Gains knowledge about the effects of product and brand concepts on marketing in the aviation industry.</p> <p>5) Learns the activities of determining the price policy of the enterprise in the aviation sector</p>			3		5			4		

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high