

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Havayolu Pazarlaması / Havayolu Pazarlaması	
Ders Kodu / Course Code	EHVY423	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Pazarlama Dersi almış olmaları önerilir.	It is recommended to have taken a Marketing course.
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı havacılık yönetimi öğrencilerine pazarlama konularını havacılık endüstrisi ile bir arada işleyerek anlatmaktır. Bu ders, öğrencilere havayolu endüstrisi içindeki pazarlama stratejilerini 7P faktörü ışığında anlama ve uygulama yeteneklerini geliştirmeyi amaçlar.	The primary objective of this course is to seamlessly integrate fundamental marketing concepts with the intricacies of aviation management, providing a comprehensive learning experience for students specializing in aviation management. The course is designed to equip students with the knowledge and skills required to comprehend and proficiently apply marketing strategies within the dynamic landscape of the airline industry. Specifically, the course places a significant emphasis on the 7P framework, encompassing product, price, place, promotion, people, processes, and physical evidence. By delving into these key components, students will gain a nuanced understanding of how marketing principles are tailored and implemented within the unique context of the aviation sector.
İçeriği / Content	Ders, havacılık sektörünün hizmet pazarlaması olduğunu göz önünde bulundurarak pazarlamanın temel kavramlarını ve hizmet pazarlamasının 7P yaklaşımını tanıtarak başlar. 7P, ürün, fiyat, yer, tutundurma, insanlar, süreçler ve fiziksel kanıtı içerir ve havayolu pazarlamasında bu bileşenlerin nasıl uygulandığını inceler. Bu ders, öğrencilere havayolu endüstrisi içindeki pazarlama stratejilerini anlamaları ve bu stratejileri etkili bir şekilde uygulamaları için temel bilgileri içerir.	This course begins by considering marketing as it relates to the service industry of the aviation sector. It introduces the fundamental concepts of marketing and the 7P approach to service marketing, taking into account the aviation industry's unique characteristics. The 7Ps include product, price, place, promotion, people, processes, and physical evidence, and the course explores how these components are applied in airline marketing. The objective of this course is to provide students with essential knowledge to understand marketing strategies within the airline industry and enable them to effectively apply these strategies.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Bulunmamaktadır.	None.
Staj Durumu / Internship Status	Bulunmamaktadır.	None.

Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	1. Öğretim Üyesi Genel Notları-Karma- PDF olarak her hafta Snal Kampüs üzerinden paylaşılacaktır. Kullanılan kaynaklar: 2. "Havayolu Pazarlaması", Editör: Prof.Dr. Özlem Atalık, Yazarlar: Prof. Dr. Zeliha Eser, Prof.Dr. Özlem Atalık, Prof.Dr. Celal Hakan Kağnıcıoğlu, Öğr.Gör.Dr. Tülay Korkmaz, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını 3. Havayolu Pazarlamasına Giriş, Ali Ceyhun Cam, PEGEM Akademi,2. Baskı. 4. Havayolu Yönetimi, Editörler: Prof. Dr. Ender Gerede, Doç.Dr. Ahmet Emre Demirci, Yazarlar: Dr.Öğr.Üyesi Ali Emre Sarılgan, Prof.Dr. Ender Gerede, Dr.Öğr.Üyesi Ünal Battal, Doç.Dr. Ahmet Emre Demirci, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını	General Notes from the Instructor will be shared weekly in PDF format via Sanal Campus. Used resources: 2. "Airline Marketing," Editor: Prof.Dr. Özlem Atalık, Authors: Prof. Dr. Zeliha Eser, Prof.Dr. Özlem Atalık, Prof.Dr. Celal Hakan Kağnıcıoğlu, Lecturer Dr. Tülay Korkmaz, Anadolu University Open Education Faculty Publication 3. Introduction to Airline Marketing, Ali Ceyhun Cam, PEGEM Academy, 2nd Edition. 4. Airline Management, Editors: Prof. Dr. Ender Gerede, Assoc.Prof. Dr. Ahmet Emre Demirci, Authors: Dr.Assoc.Prof. Ali Emre Sarılgan, Prof.Dr. Ender Gerede, Dr.Assoc.Prof. Ünal Battal, Assoc.Prof. Dr. Ahmet Emre Demirci, Anadolu University Open Education Faculty Publication.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi Begüm Maral	Dr. Öğr. Üyesi Begüm Maral

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazarlamanın konusu ve kapsamını açıklayabilmek, pazarlama düşüncesinin tarihsel gelişimini anlayabilmek. Pazarlama disiplininin temellerini açıklar.	To be able to explain the subject and scope of marketing, to understand the historical development of marketing thought. Explain the basics of the marketing discipline.
2	Havayolu işletmelerinde pazarlama çevresinin makro ve mikro çevrelerden oluştuğunu ifade edebilmek, pazarlama çevresini daha sistematik bir şekilde değerlendirebilmek, pazarlama bilgi sistemini tanımlayabilmek.	Expressing that the marketing environment consists of macro and micro environments, evaluating the marketing environment more systematically, defining the marketing information system in airline companies.
3	Havayolu-havacılık sektöründe tüketici pazarlarını ve özelliklerini ifade edebilmek, tüketici satın alma süreçlerine etki eden faktörleri açıklayabilmek, tüketici satın alma karar sürecini aşamalarıyla açıklayabilmek.	To be able to express the consumer markets and their characteristics, to explain the factors affecting consumer purchasing processes, to explain the consumer purchasing decision process in stages in the airline-aviation industry.
4	Havayolu işletmelerindeki pazarlama yönetim sürecini kavrayabilmek, pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimini değerlendirebilmek, pazarlama strateji ve taktiklerini açıklayabilmek.	To understand the marketing management process, to evaluate market segmentation and target market selection, to explain marketing strategies and tactics in airline companies.
5	Ürün kavramını anlayabilmek, ürün kavramının somut ve soyut yönünü anlatabilmek, ürün katmanları kavramını açıklayabilmek farklı ürün sınıflamaları olduğunu kavrayabilmek. Havayolu işletmeleri için pazarlama karmasını ve pazarlama karması unsurlarını açıklayabilir.	To be able to understand the concept of product, to explain the concrete and abstract aspects of the product concept, To be able to explain the concept of product layers and to understand that there are different product classifications. Explain the marketing mix and marketing mix elements for airlines.
6	Havayolu taşımacılığı ve havacılık alanındaki pazarlama karması içerisinde fiyatlamının önemini kavrayabilmek, farklı piyasa türlerinde fiyatlandırma kararlarını değerlendirebilmek, işletmeler için fiyatlandırma amaçlarını açıklayabilmek.	To be able to understand the importance of pricing in the marketing mix, to evaluate pricing decisions in different market types, to explain pricing purposes for businesses in the sector of airline transport and aviation.
7	Havacılık işletmelerindeki dağıtım kanallarının tanımını ve fonksiyonunu açıklayabilmek, dağıtım kanalı türlerini belirleyebilmek	To be able to explain the definition and function of distribution channels, to be able to determine the types of distribution channels in aviation business.
8	İletişim sürecini açıklayabilmek, bütünsel pazarlama iletişimi yaklaşımını kavrayabilmek. Havayolu işletmelerinin pazarlama faaliyetlerini anlatabilir.	To be able to explain the communication process, to comprehend the integrated marketing communication approach. Explain the marketing activities of airline companies.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlamanın Konusu, Kapsamı, Tarihsel Gelişimi				
	Subject and Scope of Marketing, Development of Marketing				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Güncel Pazarlama Yaklaşımları, Pazarlama Çevresi/Makro Çevre				
	Current Marketing Approaches, Marketing Environment / Macro Environment				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Havayolu sektörünün yapısı ve özellikleri				
	The structure and characteristics of the airline industry.				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Havayolu ve havacılık sektörünün pazarlama çevresi				
	Marketing environment of the airline and aviation industry.				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Pazarı, Havayolu Taşımacılığı ve Havacılık Sektörü				
	Consumer Market, Airline transporting and Aviation Industry				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Davranışları, Havayolu pazarlamasının özellikleri				
	Consumer behavior. Features of airline marketing				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Genel Değerlendirme ve Vizeye Hazırlık				
	General Evaluation and Visa Preparation				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Arasınnav-Vize				
	Midterm Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Yönetimi, Pazarlama stratejileri				
	Marketing management, Marketing strategies.				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi.				
	Market Segmentation, Target Market Selection.				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Havayolu pazarlamasında ürün ve dağıtım kanalları.				
	Product and distribution channels in airline marketing.				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Havayolu pazarlamasında fiyatlama,ve gelir yönetimi.				
	Pricing and revenue management in airline marketing.				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Konulandırma ve Havayolu pazar bölümleri, İletişim ve tutundurma.				
	Positioning, Airline market segments, Communication and promotion.				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Havayolu işletmelerinde Pazarlama İletişimi, Marka Yönetimi, Havayolu taşımacılığında yeni gelişmeler ve akımlar.				
	Brand management in airline marketing, New developments and trends in air transport.				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final examination				

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:	Bağlı

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	2	20.00	40.00
Bireysel Çalışma / Self Study	1	30.00	30.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	30.00	30.00
Okuma / Reading	1	20.00	20.00
Toplam / Total:	7	102.00	122.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 122.00/25.00 = 4.88 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 122.00 / 25.00 = 4.88 ~			

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
1.Pazarlamanın konusu ve kapsamını açıklayabilmek, pazarlama düşüncesinin tarihsel gelişimini anlayabilmek. Pazarlama disiplininin temellerini açıklar. / To be able to explain the subject and scope of marketing, to understand the historical development of marketing thought. Explain the basics of the marketing discipline.	4	4	2	4	4	5	5	5	5	3
2.Havayolu işletmelerinde pazarlama çevresinin makro ve mikro çevrelerden oluştuğunu ifade edebilmek, pazarlama çevresini daha sistematik bir şekilde değerlendirebilmek, pazarlama bilgi sistemini tanımlayabilmek. / Expressing that the marketing environment consists of macro and micro environments, evaluating the marketing environment more systematically, defining the marketing information system in airline companies.	4	4	2	4	4	4	5	4	4	5
3.Havayolu-havacılık sektöründe tüketici pazarlarını ve özelliklerini ifade edebilmek, tüketici satın alma süreçlerine etki eden faktörleri açıklayabilmek, tüketici satın alma karar sürecini aşamalarıyla açıklayabilmek. / To be able to express the consumer markets and their characteristics, to explain the factors affecting consumer purchasing processes, to explain the consumer purchasing decision process in stages in the airline-aviation industry.	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5

4.Havayolu işletmelerindeki pazarlama yönetim sürecini kavrayabilmek, pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimini değerlendirebilmek, pazarlama strateji ve taktiklerini açıklayabilmek. / To understand the marketing management process, to evaluate market segmentation and target market selection, to explain marketing strategies and tactics in airline companies.	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
5.Ürün kavramını anlayabilmek, ürün kavramının somut ve soyut yönünü anlatabilmek, ürün katmanları kavramını açıklayabilmek farklı ürün sınıflamaları olduğunu kavrayabilmek. Havayolu işletmeleri için pazarlama karmasını ve pazarlama karması unsurlarını açıklayabilir. / To be able to understand the concept of product, to explain the concrete and abstract aspects of the product concept, To be able to explain the concept of product layers and to understand that there are different product classifications. Explain the marketing mix and marketing mix elements for airlines.	4	4	2	4	4	4	5	4	4	5
6.Havayolu taşımacılığı ve havacılık alanındaki pazarlama karması içerisinde fiyatlamının önemini kavrayabilmek, farklı piyasa türlerinde fiyatlandırma kararlarını değerlendirebilmek, işletmeler için fiyatlandırma amaçlarını açıklayabilmek. / To be able to understand the importance of pricing in the marketing mix, to evaluate pricing decisions in different market types, to explain pricing purposes for businesses in the sector of airline transport and aviation.	5	4	2	4	4	4	5	4	4	5

7.Havacılık işletmelerindeki dağıtım kanallarının tanımını ve fonksiyonunu açıklayabilmek, dağıtım kanalı türlerini belirleyebilmek / To be able to explain the definition and function of distribution channels, to be able to determine the types of distribution channels in aviation business.	5	4	2	4	4	4	5	4	4	5
8.İletişim sürecini açıklayabilmek, bütünleşik pazarlama iletişimi yaklaşımını kavrayabilmek. Havayolu işletmelerinin pazarlama faaliyetlerini anlatabilir. / To be able to explain the communication process, to comprehend the integrated marketing communication approach. Explain the marketing activities of airline companies.	5	4	2	4	5	4	5	4	4	5

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