

TURİZM İLETİŞİMİNDE YENİ YAKLAŞIMLAR

Editör

Dr. Yusuf BAYRAKTAR

 EFEAKADEMİ
YAYINLARI

Turizm İletişiminde Yeni Yaklaşımlar

Editör

Yusuf BAYRAKTAR - ORCID (0000-0001-6625-9320)

ISBN	978-625-8324-94-5
E-ISBN	978-625-8324-95-2
1. Baskı	Ağustos 2022

Bu eserin; yayın, satış ve kopyalama hakları EFE AKADEMİ'ye aittir.

KÜTÜPHANE KARTI

Turizm İletişiminde Yeni Yaklaşımlar

BAYRAKTAR, Yusuf

1. Basım, 244 s., 160 x 235 mm. Kaynakça var, Dizin yok.

Anahtar Kelimeler:

1. Turizm İletişimi
4. e-WoM

2. Dijital İletişim
5. Akıllı Turizm

3. Sosyal Medya

Dizgi

İsa Burak GÜNGÖR (burakgungor@efeakademi.com)

Kapak Tasarım

Duygu DÜNDAR (dundar.duygu@gmail.com)

Sertifika No

49168

Matbaa Sertifika No

49168

Efe Akademik Yayıncılık

Cağaloğlu Yokuşu Cemal Nadir Sokak
Büyük Milas Han No: 24/125
Fatih/ İSTANBUL
0212 520 52 00
www.efeakademi.com

Efe Akademik Yayıncılık

Matbaa Adres:

Cağaloğlu Yokuşu Cemal Nadir Sokak
Büyük Milas Han No: 24/125
Fatih/ İSTANBUL
0212 520 52 00
www.efeakademi.com

İÇİNDEKİLER

TURİZM İLETİŞİMİNDE YENİ YAKLAŞIMLAR.....	5
<i>Yusuf BAYRAKTAR</i>	
TURİZM VE HALKLA İLİŞKİLER	15
<i>Fatma GEÇİKLİ</i>	
KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM VE TURİZM	39
<i>Sait Sinan ATILGAN</i>	
TURİZM İŞLETMELERİNDE RENKLERLE İLETİŞİM	55
<i>Fatma BAŞAR</i>	
TURİZM İŞLETMELERİNDE MOBİL UYGULAMALAR.....	69
<i>Makbule CİVELEK</i>	
TURİZMDE DİJİTAL PAZARLAMA İLETİŞİMİ.....	85
<i>Bahar TÜRKAY</i>	
TURİZMDE ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM.....	99
<i>Ahmet Ziya BAŞCI</i>	
TURİZM İLETİŞİMİNDE ONLINE ÖNERİ VE ŞİKÂYET SİTELERİNİN ÖNEMİ	117
<i>Özlem ALTUN - Mete Ünal GİRGEN</i>	
TURİZM İŞLETMELERİNDE WEB SİTE KULLANIMI	139
<i>Fatma AKAR</i>	
AKILLI TURİZM İLETİŞİMİ VE UYGULAMALARI.....	153
<i>Göksu DEMİRCAN</i>	

SOSYAL MEDYA VE TURİZM.....	167
<i>Gökhan İLHAN</i>	
TURİZMDE MARKALAŞMA.....	195
<i>Muhammed Emin ERDOĞAN</i>	
TURİZM SEKTÖRÜNDE MOBBİNG	217
<i>İbrahim ÇETİNTÜRK</i>	
SİNEMADA YEMEĞİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ	235
<i>Samuray Hakan BULUT</i>	

TURİZMDE DİJİTAL PAZARLAMA İLETİŞİMİ

Bahar TÜRKAY

- ❖ Kurum Bilgisi: İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü
- ❖ ORCID: 0000-0002-2634-6355
- ❖ Mail: bahar.turkay@medeniyet.edu.tr

KAYNAKLAR

- Anderson, S. (2008). "Using Social Networks to Market." *Rough Notes* 151, no. 2 114–115.
- Artuğer, S., Çetinsöz, B. C. & Fatih, E. (2014). *Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar ve Turizmde Uygulamaları*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Atay, C., Alanyalı, M., Uyan, S. B. & Baş, C. (2010). Arama Motoru Optimizasyonu. *Akademik Bilişim*, 10, 10-12.
- Atilgan, S.S., Tailiaiti, N. (2020). "Sosyal Medyanın Pazarlama İletişiminde Kullanılması: Çin'in Wechat Pazarlama Stratejisi Örneği" *International Social Sciences Studies Journal*, (e-ISSN:2587-1587) Vol:6, Issue: 69; 4076-4090.
- Aydın Aslaner, D., Sabırcan, F., & Ceyhan, A. İ. (2021). *Dijital Pazarlama İletişimi*. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Banger, G. (2018). *Endüstri 4.0 ve Akıllı İşletme*. Dorlion Yayın Evi, Eskişehir.
- Bilgihan, A., Barreda, A., Okumus, F. & Nusair, K. (2016). Consumer Perception of Knowledge-Sharing in Travel-Related Online Social Networks. *Tourism Management*, 52, 287-296.
- Brown, J.J., Reingen, P. H. (1987). "Social Ties and Word-of-Mouth Referral Behavior." *The Journal of Consumer Research* 14, no. 3, 350–362.
- Bulunmaz, B. (2016). Gelişen Teknolojiyle Birlikte Değişen Pazarlama Yöntemleri ve Dijital Pazarlama. *Trt Akademi*, 1(2), 348-365.
- Chaffey, D., Smith, P. R. (2008). *eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing*. Routledge.
- Chittenden, L., Rettie, R. (2003). An evaluation of e-mail marketing and factor affecting response. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 11(3), 203-217.
- Chu, S. C., Choi, S. M. (2011). Electronic Word-Of-Mouth in Social Networking Sites: A Cross-Cultural Study of the United States and China. *Journal of Global Marketing*, 24 (3), 263-281.
- Deniz, R. B. (2002). Yeni Bir Pazarlama Yöntemi Olarak Elektronik Posta Pazarlaması. *Journal of Istanbul Kultur University*, 2, 1-10.
- Dewi, N. P. R. C. (2020). Digital marketing strategy on travel tourism businesses in marketing 4.0 era. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(3), 58-64.
- Durmaz, Y., Efendioğlu, I. H. (2016). Travel from Traditional Marketing to Digital Marketing. *Global Journal of Management and Business Research*, 16(2), 34-40.
- Goldenberg, J.; Libai, B. & Muller, E. (2001). "Talk of the Network: A Complex Systems Look at the Underlying Process of Word-of-Mouth." *Marketing Letters* 12, no. 3, 211–23.

- Hopkins, J., Turner, J. (2013). *Mobil Pazarlama Hakkında Her Şey*. (Çev. B. Gündüz), Optimist Yayın Dağıtım:İstanbul.
- İnce, İ., Dođantan, E. (2020). Otel yöneticileri perspektifinden dijital pazarlama . *Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi* , 2 (1) , 13-26.
- Kaur, G. (2017). The importance of digital marketing in the tourism industry. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 5(6), 72-77.
- Kocabaş, F., Elden, M, ve Çelebi, S. İ. (2000). *Marketing P.R.* Ankara: MediaCat Yayınları.
- Koçak Alan, A., Kabadayı, E. T. & Erişke, T. (2018). İletişimin Yeni Yüzü: Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Pazarlamasi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(66), 493-504.
- Korkmaz, N. (2002). *Sorularla internet ve e-ticaret rehberi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*.
- Kutluk, A. (2013). İnternette Gerilla Pazarlaması ve Turizm Endüstrisindeki Uygulamaları Üzerine Bir Deđerlendirme, *International Conference on Eurasian Economies* 17-18 Eylül 2013, St. Petersburg, Rusya, 678-679.
- Lee, J., Bagheri, B. & Kao, H. A. (2015). A cyber-physical systems architecture for industry 4.0-based manufacturing systems. *Manufacturing letters*, 3, 18-23.
- Lee, M. I., Tsai, A. Y., Nazar, S. N. & Koo, C. (2018). U.S. Patent No. 9,918,240. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
- Liu, L., Arnett, P. (2000). Exploring The Factors Associated with Website Success in The Context of Electronic Commerce. *Information and Management*, 38 (1), 23-33.
- Munar, A. M., Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for Sharing Tourism Experiences Through Social Media. *Tourism Management*, 43, 46-54.
- Muyll S., Moenaert, R. & Despontin, M. (2004). The Conceptualization and Empirical Validation of Web Site User Satisfaction. *Information & Management*, 41, 543-560.
- Özdipçiner, N. S. (2010). Turizmde Elektronik Pazarlama. *Journal of Internet Applications and Management*, 1(1), 5-22.
- Parvez, S. J., Moyeenudin, H. M., Arun, S., Anandan, R. & Janahan, S. K. (2018). Digital Marketing in Hotel Industry. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.21), 288-290.
- Petrescu, M. (2014). *Viral marketing and social networks*. Business Expert Press.
- Robertson, M. (2019). *What is digital branding and how to do it right:the ultimate guide*.
- Ryan, D. (2014). *The best digital marketing campaigns in the World II*. Kogan Page Publishers.

- Ryan, D. (2017). *Dijital Pazarlama* (2. basım). Çev. M.M. Kemaloğlu. Türkiye İşBankası Kültür Yayınları.
- Ryan, D., Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing (First)*. London and Philadelphia.5r.
- Shankar, V., Balasubramanian, S. (2009). Mobile marketing: A synthesis and prognosis. *Journal of interactive marketing*, 23(2), 118-129.
- Shankar, V., Venkatesh, A., Hofacker, C. & Naik, P. (2010). Mobile marketing in the retailing environment: current insights and future research avenues. *Journal of interactive marketing*, 24(2), 111-120.
- Schwab, K. (2016). "Summary for policymakers." *Climate Change 2013: The Physical Science Basis*: 1-30.
- Sezgin, M., Parlak, O. (2019). *Turizm Sektöründe Dijital Pazarlama*. Mete Sezgin, Seda Özdemir Akgül, Ayşe Atar (Ed.), *Turizm 4.0: Dijital Dönüşüm* içinde (30-55). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sheldon, P. J. (1997). *Tourism Information technology*. Wallingford:CAB International. *AVIATION AND TOURISM*, 360.
- Smutkupt, P., Krairit, D. & Esichaikul, V. (2010). Mobile marketing: Implications for marketing strategies. *International Journal of Mobile Marketing*, 5(2).
- Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0: social media marketing in a web 2.0 world: social media marketing in a web 2.0 world*. ABC-CLIO.
- Utomo, I. G. W., Darma, G. S. (2020). Measuring optimization of digital military programs: an innovation of information and communication systems in industrial digitalization 4.0. *International Research Journal of Engineering, IT & Scientific Research*, 6(2), 39-46.
- Watson, C., McCarthy, J. & Rowley, J. (2013). Consumer Attitudes Towards Mobile Marketing in The Smart Phone Era, *International Journal of Information Management*, 33, 840– 849.
- World Tourism Organization (2014). *Tourism and New Technologies - Technical Seminar, San José, Costa Rica, 14 and 15 May 2013. Madrid: UNWTO.*