



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2018, 1(1):1-11

DOI: [10.29226/TR1001.2018.70](https://doi.org/10.29226/TR1001.2018.70)

ISSN: xx-xx Dergi web sayfası: <https://www.sobibder.org>



KAVRAMSAL MAKALE

Turizm Politikası ve Planlamasında Tanıtım Araçlarının Yeri ve Önemi: Sosyal Medya Örneği

Öğr. Gör. Şerife YAZGAN PEKTAŞ, Bartın Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, e-posta: syazgan@bartin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7467-6669>

Öz

Küreselleşmeyle birlikte tüketici tercihlerindeki değişikliklerin turizm sektörüne yansıdığı ve internetin daha çok tercih edilen bir platforma dönüştüğü görülmektedir. Bununla birlikte turizm sektöründe turistler satın alma kararı vermeden önce sosyal medya üzerinden ciddi araştırma yapmaktadır. Bu bakımdan başkalarının deneyimlerinin sosyal medya üzerinden paylaşılması potansiyel tüketicilerin dikkatinden kaçmamaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada, tanıtım aracı olarak sosyal medya kavramsal çerçevede ele alınmaktadır. Çalışmada, internete tüketicilerin daha kolay ve ucuz erişmesiyle birlikte özellikle sosyal medyayı tanıtım aracı olarak kullanırken dikkatli davranılması gerektiği vurgulanmaktadır. Böylece turizm işletmelerinin tüketicilerin paylaşımlarını dikkate alarak potansiyel tüketicilerin beklentilerini karşılaması ve turistik tüketicilerin dikkatini çekecek şekilde tanıtım faaliyetlerine yer vermesi önerilir. Ayrıca, sosyal medya kullanımında etik unsurlara dikkat ederek gerçekçi, uygulanabilir politikaların oluşturulması ve planların hazırlanması tanıtım açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Turizmde tanıtım, internet, sosyal medya, Home of Turkey.

Makale Gönderme Tarihi: 1.10.2018

Makale Kabul Tarihi: 15.12.2018

Önerilen Atıf:

Yazgan Pektaş, Ş. (2018). Turizm Politikası ve Planlamasında Tanıtım Araçlarının Yeri ve Önemi: Sosyal Medya Örneği, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(1):1-11.

© 2018 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.