

**TÜRKİYE’DE TURİZM PAZARLAMASI ALANINDA 1990-2012 YILLARI ARASINDA
AKADEMİK DERGİLERDE YAYIMLANAN MAKALELERİN BİBLİYOGRAFYASI**

Gözde TÜRK TARHAN

Gözde TÜRK TARHAN tarafından Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı’nda hazırlanan “*Türkiye’de Turizm Pazarlaması Alanyazınının Gelişim Süreci (1990-2012)*” başlıklı yüksek lisans tez çalışması kapsamında temel alınan kaynakların listesidir.

18 Eylül 2013, Eskişehir

1. Açıksöz, S., Topay, M. ve Aydın, H. (2006). Bartın- Arıt Beldesi trekking potansiyelinin belirlenmesi. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 8 (10), 78-87.
2. Açıksöz, S., Topay, M. ve Gökyer, E. (2004). Bartın yaylalarının rekreasyon ve turizm kullanımları açısından irdelenmesi. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 10 (4), 359-365.
3. Ada, E., Savaşçı, İ., Arıcıoğlu, B., Ventura, K. ve Kazançoğlu, Y. (2005). Havayolu ve karayolu taşımacılığında algılanan hizmet kalitesinin değerlendirilmesi. *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 20 (228-Mart), 42-53.
4. Adak, N. ve Hançer, M. (2002). Otel personelinde güdüleme faktörleri, Kuşadası örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13 (2), 155-161.
5. Ağraş, S. (2006). Stratejik bir faktör olarak kuruluş yerinin önemi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3 (3), 5-12.
6. Akay, B. ve Zengin, B. (2012). Ekoturizm kaynaklarının geliştirilmesi, Doğu Marmara Bölgesi örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 115-122.
7. Akbaba, A. (2005). Müşteri odaklı hizmet üretiminde kalite fonksiyon göçerimi (KFG) yaklaşımı, Konaklama işletmeleri için bir uygulama çalışması. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1), 59-81.
8. Akbaba, A. (2005). Yeni ürün geliştirme sürecinde kalite fonksiyon göçerimi (KFG), Turizm işletmeleri için KFG temelli bir ürün geliştirme süreci önerisi. *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2 (5), 38-59.
9. Akbaba, A. (2006). Turizm işletmelerinin kalite geliştirme çabalarında SERVQUAL modeli ve kalite fonksiyon göçeriminin (KFG) birlikte kullanımı. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3 (1), 17-28.
10. Akbaba, A. (2012). Destinasyon geliştirme ve küçük ölçekli turizm işletmeleri: Akçakoca üzerine bir inceleme. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (24), 1-15.
11. Akbaba, A. ve Kılınç, İ. (2001). Hizmet kalitesi ve turizm işletmelerinde servqual uygulamaları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Güz (12), 162-168.
12. Akbaba, A., Şahin, T. ve Mutlu, Ç. (2012). Otel işletmelerinin tüketicilere yönelik kullandıkları satış geliştirme araçları: Beş yıldızlı otellerde bir araştırma. *TURAR*, 1 (1).
13. Akkılıç, M.E. (2003). Turizm pazarlamasında faydalar ve bir turist tatmin modeli önerisi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (2), 211-232.

14. Akkılıç, M.E. (2004). Uluslararası bir pazarlama aracı olarak internetin A grubu seyahat acenteleri açısından önemi ve kullanım durumu. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (19), 147-156.
15. Akkılıç, M.E. (2005). Aracı seyahat kuruluşlarının reklam içeriklerinin incelenmesi ve çeşitlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (2), 267-294.
16. Akkuş Karkın, G. (2009). Otel işletmelerinde hizmet atmosferi oluşturulması: Kavramsal bir çalışma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (2), 165-181.
17. Aklanoğlu, F. (2010). Geleneksel yerleşmede kültür turizmi: Beypazarı örneği. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 10 (2), 125-136.
18. Akoğlan Kozak, M. ve Karakaş Tandoğan, G. (2002). Otel işletmelerinde çalışan servis personelinin etik davranışları üzerine bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 2, 1-16.
19. Akoğlan Kozak, M. ve Kızılırmak, İ. (2007). Türkiye'de yerel etkinlikler, Turistik amaçlı kullanımı üzerine bir durum değerlendirmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 4 (1), 1-11.
20. Akoğlan Kozak, M. ve Özel, Ç.H. (2010). Otellerde kat hizmetleri yöneticilerinin hizmet kalitesi boyutları ile ilgili bakış açıları: Eskişehir örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7 (4), 6-18.
21. Akoğlan Kozak, M. ve Yüzer, V. (2000). Otel işletmelerinde etkileşimli televizyon sisteminin (ETV) kullanımı. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (Eylül-Aralık), 85-92.
22. Akpınar, E. (2004). Doğu Anadolu Bölgesi'nde alternatif turizm merkezi olmaya aday bir ilçe, Kemaliye. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (2), 207-235.
23. Akpınar, E. ve Akbulut, G. (2007). Hafik Gölü ve yakın çevresinin turizm olanakları. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9 (1), 1-24.
24. Aksaraylı, M. ve Özgen, İ. (2010). Otel işletmelerinin internet tabanlı müşteri ilişkilerinde "e-posta yönetimi" ve Türkiye'deki otel işletmeleri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 10 (2), 727-744.
25. Aksu, A. (2004). Otel işletmelerinde müşteri sadakatine genel bir bakış. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Mart, 70-75.
26. Aksu, M. Ve Bozok, D. (2012). Otel atmosferinin turistlerin beklenti ve algılamaları üzerindeki etkisi, Bozcaada'da bir uygulama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (27), 297-317.
27. Aksu, M. ve Kayabalı, C. (2006). Alternatif bir turizm: Kültür turizmi. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Haziran, 24-28.
28. Akten, M. (2003). Isparta ilindeki bazı rekreasyon alanlarının mevcut potansiyellerinin belirlenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, Seri A (2), 115-132.

29. Akyol, A., Azabağaoğlu, M. Ö. ve Özay, A. (2004). Şarap sektörünün pazarlama karması elemanları açısından incelenmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (1), 15-29.
30. Alaeddinoğlu, F. (2004). Van ilinde turizm altyapı olanakları ve turizmi destekleme düzeyi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Bahar (7), 179-211.
31. Albayrak, T. ve Caber, M. (2011). Önem-performans analizi: Destinasyon yönetimine dair bir örnek. *Ege Akademik Bakış*, 11 (4), 627-638.
32. Aleaddinoğlu, F. ve Sındır, R. (2003). Hakkâri ilinde geliştirilebilir turizm çeşitleri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 4 (Kış), 52-65.
33. Aleaddinoğlu, F. (2008). Sivas şehrinde turizm altyapısı ve kentsel altyapının turizmi destekleme düzeyi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 13 (20), 303-326.
34. Aleaddinoğlu, F. ve Aliağaoğlu, A. (2005). Turizmde planlama ve Türkiye'de turizm planlaması, Turizm planlarının etkinliği ve başarılarına ilişkin bir değerlendirme. *Erdem Dergisi*, 15 (43), 87-118.
35. Aleaddinoğlu, F. ve Aliağaoğlu, A. (2007). Savaş alanları turizmine tipik bir örnek, Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 215-225.
36. Aleaddinoğlu, F. ve Can, A.S. (2007). Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 1-22.
37. Aleaddinoğlu, F. ve Can, A.S. (2009). Perception and marketing problems in Turkish cultural tourism. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 127-142.
38. Aliağaoğlu, A. ve Nartı, M. (2012). Edebi miras turizmi ve Türkiye'de edebi mekânlar. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 60, 1-18.
39. Alkibay, S. (2002). Yurt dışı fuarlara katılan katılımcıların fuar organizatörünün verdiği hizmetlere ilişkin beklenti ve algı düzeyleri arasındaki farklılığı ortaya koymaya yönelik bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 167-187.
40. Alnıaçık, Ü. ve Özbek, V. (2009). Otobüs işletmelerinde hizmet kalitesi ölçümü-Kandıra Gürkan Turizm örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1 (3), 125-138.
41. Alpar, M.Ö. (1998). Eğirdir ve yöresinde alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi. *Turizmde Seçme Makaleler*, Ekim (30), 15-26.
42. Altan, M. ve Engin, O. (2003). Bir seyahat işletmesinde müşteri memnuniyetinin ölçülmesi. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1 (6), 585-598.
43. Altunel, M.C. ve Kahraman, N. (2012). Kültür turisti tipolojilerinin belirlenmesi, İstanbul örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23 (1), 7-18.

44. Arğan, M. (2004). Spor ve turizm pazarlamasının kesişim noktası olarak spor turizmine kuramsal bir bakış. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15 (2), 158-168.
45. Arıkan, I., Coşar, Y. ve Kozak, M. (2010). Televizyon dizilerinin destinasyon pazarlaması açısından olası sonuçları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi* 21 (1), 41-50.
46. Arlı, C. (2012). Yat limanı işletmeciliğinde algılanan hizmet kalitesi faktörlerinin tekrar tercih etme niyeti, tavsiye etme niyeti ve genel memnuniyet düzeyi üzerindeki etkisi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23 (1), 19-32.
47. Arlı, E. (2012). Konumlandırma stratejilerinin işletme performansı ile ilişkisi, Liman işletmeciliğinde bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi*, 19 (2), 99-121.
48. Arpacı, Ö., Zengin, B. ve Batman, O. (2012). Karaman'ın Mağara Turizmi Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 59-64.
49. Arslan, Y. (2005). Erdek ve çevresinin ekoturizm açısından değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (3), 29-53.
50. Aslan, A. (2008). Turizm planlamasına yerel toplumun katılımı, Saklı Bahçe Akyaka üzerine bir inceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19 (1), 71-83.
51. Aslan, A., Kozak, M. ve Tütüncü, Ö. (2006). Seyahat acenteleri yöneticilerinin kalite algılamaları, Ege Bölgesi'nde bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (3), 350-373.
52. Aslan, Z. (1994). Termal turizm işletmelerinde hizmet standartları, Balçova termal merkezi uygulaması. *Turizmde Seçme Makaleler*, Ekim (20), 42-57.
53. Aslan, Z. (1994). Turizm pazarında demarketing (pazarlamama) yaklaşımı ve Kıbrıs örneği. *Pazarlama Dünyası*, 8 (44), 27-34.
54. Aşan, Z. (2006). Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin çeşitli özelliklerinin grafiksel kategorik veri analizi ile incelenmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (2), 153-160.
55. Aşık, N. (2008). Küresel rekabet ortamında turizm işletmelerinde soyut imaj oluşturma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (20), 134-149.
56. Atadil, H. A., Berezina, K., Yılmaz, B. S. ve Çobanoğlu, C. (2010). An analysis of the usage of Facebook and Twitter as a marketing tool in hotels. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 119-125.
57. Atalık, Ö. (2005). Havayolu işletmeleri örneğinde işletme imajının havayolu işletmesi tercihlerine ve müşteri olan etkisinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Akademik Bakış*, Eylül, 8 (7), 1-12.
58. Atalık, Ö. (2005). Impact of the reward program elements on airlines customers, Case of Turkish Airlines. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (14), 17-33.

59. Atay, L. (2011). Savaş alanları turizmi, Gelibolu yarımadasına gelen ziyaretçilere yönelik bir çalışma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (26), 88-104.
60. Atay, L. ve Akyurt, H. (2009). Uludağ destinasyon imajına yönelik ziyaretçi algı ve tutumlarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6 (3), 67-77.
61. Atay, L. ve Özdağoğlu, A. (2008). Analitik hiyerarşi süreci (AHS) yöntemiyle tedarikçi seçimini etkileyen faktörlerin önem düzeylerinin belirlenmesi: Otel işletmelerinde bir araştırma. *Journal of Travel and Tourism Research*, 8 (1-2), 38-61.
62. Atay, L. ve Tozlu, E. (2012). Engellilere yönelik turistik ürünlerin durum tespiti; bir alan araştırması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9 (2), 42-51.
63. Ateşoğlu, İ. ve Türker, A. (2010). Konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk faaliyetlerine yaklaşımı, Muğla ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15 (3), 207-226.
64. Ateşoğlu, İ. ve Bayraktar, S. (2011). Ağızdan ağıza pazarlamanın turistlerin destinasyon seçimindeki etkisi. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (14), 95-108.
65. Atılğan İnan, E., Akıncı, S., Kıymalıoğlu, A. ve Akyürek, M.S. (2011). Kruvaziyer turizminde turistlerin tavsiye niyetlerinde destinasyon imajının etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11 (3), 479-486.
66. Avcı, U. (2004). Ürün çeşitlendirme ve çevreye duyarlılıkta örnek bir işletme: Loryma Resort Otel. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 1 (2), 26-29.
67. Avcı, U. ve Sayılır, A. (2006). Hizmet kalitesi çerçevesinde çalışanların rolüne ve yeterliliklerine ilişkin karşılaştırmalı bir inceleme. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1-20.
68. Avcıkurt, C. (1996). Turizm işletmelerinde satış geliştirme çabalarının önemi ve artırılması. *Turizmde Seçme Makaleler*, Nisan (25), 33-44.
69. Avcıkurt, C. (1996). Turizm işletmelerinde satış tutundurma çabalarının önemi ve artırılması. *Pazarlama Dünyası*, 10 (59), 18-21.
70. Avcıkurt, C. ve Erdem, B. (2005). Turizmde bölgesel tanıtma anlamı ve önemi üzerine kavramsal bir inceleme. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Haziran, 48-59.
71. Avcıkurt, C. ve Köroğlu, Ö. (2006). Termal otel işletmelerinde müşteri sadakatini arttıran nitelikleri belirlemeye yönelik bir alan araştırması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3 (1), 5-17.
72. Aydın, K. ve Yıldırım, S. (2012). Havayolu işletmelerinde Hizmet Kalitesi: THY' de bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24, 35-49.
73. Aymankul, Ş.Y. (2005). Konaklama işletmelerinde sendikaların hizmet kalitesine etkileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (14), 1-22.

74. Aymankuy, Y., Akgül, V. Ve Akgül, C. C. (2012). Termal konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyetine etki eden unsurlar "Gönen Kaplıcaları" örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (28), 223-250.
75. Babacan, E., Kamanlıoğlu, E.B. ve Yeniçeri Alemdar, M. (2008). Pazarlama iletişimi ve halkla ilişkiler uygulamalarında internet kullanımı: İzmir'de yer alan seyahat acenteleri üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31, 5-24.
76. Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). Türkiye turizminin Akdeniz ülkeleri ile rekabet gücü açısından karşılaştırılması. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (2), 139-152.
77. Bahar, O. ve Kozak, M. (2006). Euro'nun turistlerin bölge seçimi üzerindeki olası ekonomik etkileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (1), 29-44.
78. Bahçe, A. S. (2009). Kırsal gelişimde kültür (mirası) turizmi modeli. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25, 1-12.
79. Bakırtaş, H. ve Erdoğan, B.Z. (2010). İşletmelerde sosyal sorumluluk, Oteller üzerine bir inceleme. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5 (1), 97-110.
80. Bakoğlu, R. ve Yılmaz, E. (2005). Rekabet avantajı yaratmada tedarik zinciri tasarımı, Mc Donald's Türkiye örneği. *Öneri*, 6 (23), 81-91.
81. Bardakçı, A. ve Haşiloğlu, S. B. (2008). Şehirlerarası Otobüs Firmalarının Hizmet Kalitesini Ölçmeye Dönük Bir Araştırma. *Pazarlama Dünyası*, 22 (1), 46-51.
82. Başar, H. ve Miran, B. (2010). Dilek Yarımadası- Büyük Menderes Deltası Milli Parkı'nda sonbahar ziyaretçilerinin özellikleri. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 47 (3), 241-250.
83. Başer, F. ve Başçı, A. (2012). İnanç turizmi kapsamında Aziz Pavlus Evi'nin önemi ve tanıtım faaliyetlerine ilişkin ziyaretçi görüşlerinin değerlendirilmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (19), 423-443.
84. Bayer, M.Z. (1991). 1990 yılında turistik konaklama tesislerindeki gelişmeler, sorunlar ve çözüm önerileri. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 15-18.
85. Bayram, M. ve Yaylı, A. (2009). Otel web sitelerinin içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (27), 347-379.
86. Bayram, M., Eren, R. ve Yılmaz, Ü. (2009). Ankara'da faaliyet gösteren otel işletmelerinin web sitelerinin pazarlama açısından değerlendirilmesi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 92-109.
87. Baysan, S. (2005). Turizmin geliştirilmesi ve çevreye etkileri konusunda yerli turistlerin tutumları: Ören, Milas örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 2 (2), 22-30.
88. Bayton, A., Soybalı, H.H. ve Emir, O. (2010). Destinasyonların toplantı turizmi amaçlı pazarlanmasında kongre ve ziyaretçi bürolarının rolü, İstanbul kongre ve ziyaretçi bürosu örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 9-22.

89. Bekdemir, Ü. ve Özdemir, Ü. (2002). Doğu Karadeniz Bölümü'nde gelişmekte olan yayla turizm merkezlerine bir örnek, Bektaş yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 7 (7), 9-35.
90. Biçici, F. ve Hançer, M. (2008). Kuşadası ve Didim'deki üniversite öğrencilerinin yiyecek-içecek işletmelerinde sunulan hizmetlerle ilgili beklentileri ve bu hizmetlerin kalite ölçümü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (3), 49-67.
91. Bingöl, Z. (2005). Kültür varlıklarının turizm amaçlı kullanımı, Frig Vadisi örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 2 (2), 21-36.
92. Birkan, İ. (1998). Bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerin turizm pazarlaması üzerindeki etkileri. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9 (Eylül-Aralık), 26-32.
93. Birkan, İ. (1999). Otel işletmelerinin pazarlama kanallarının analizi, Türkiye'deki şehir otelleri üzerine bir uygulama. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (Mart-Haziran), 27-35.
94. Bolat, O.İ. (2006). Konaklama işletmelerinde kurumsal imaj oluşturma süreci. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 107-126.
95. Boylu, Y. ve Tuncer, A. (2008). Konaklama işletmelerinin yönetim yapılarının web tabanlı pazarlama faaliyetlerine etkisi üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), 11-30.
96. Bozok, D. ve Köroğlu, A. (2007). Akdeniz ülkelerine yönelik uluslararası turizm hareketleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1-15.
97. Bölükoğlu, İ. ve Özgen, İ. (2006). Yiyecek içecek işletmelerinde standart maliyet sistemi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (1), 71-88.
98. Bucak, T. (2010). Hizmet içi eğitim ve iş tatmini ilişkisi, otel işletmelerinde bir uygulama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7 (2), 15-27.
99. Bulgan, G. ve Soybalı, H. H. (2011). Antalya Belek Bölgesindeki beş yıldızlı otel işletmelerinde düşük sezonda konaklayan Alman müşterilerin hizmet beklentilerinin ve memnuniyet düzeylerinin değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University*, 21 (6), 3572-3597.
100. Bulu, M. ve Eraslan, İ.H. (2008). Bolu ili turizm sektörünün uluslararası rekabetçilik analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5 (1), 44-56.
101. Bulut, İ. (1997). Turizm potansiyeli yönünden Yozgat ili kaplıcaları. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 2, 69-114.
102. Bulut, Y. (2003). Palandöken (Tekederesi) Baraj Göleti'nin rekreasyonel kullanımlar yönünden değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 34 (1), 89-96.
103. Buultjens, J., White, N. ve Neale, K. (2012). Collaborative destination management planning, A case study of Byron Bay, Australia. *Journal of Travel and Tourism Research*, Bahar/Güz, 18-33.

104. Buyruk, L. (2011). Otel işletmeleri mutfak ve servis bölümünde çalışanların menü planlama konusundaki düşüncelerinin karşılaştırılması: Nevşehir'de bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8 (3), 42-50.
105. Candan, B. (2000). Üniversiteli öğrencilerin franchising sistemine göre işleyen fast food restoranları tercih edip etmeme sebepleri üzerine bir saha araştırması. *Pazarlama Dünyası*, 14 (84), 28-35.
106. Cengiz, E. (2006). Müze pazarlaması, Pazarlama karması elemanlarının müzelere uyarlanması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (1), 87-108.
107. Cengiz, E. ve Kırkbir, F. (2006). Turizm imajının davranışsal değişkenler ve satın alma sonrası değerlendirme faktörleriyle ilişkisine dair yapısal bir model önerisi, Trabzon örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11 (1), 321-335.
108. Ceylan, S. (2004). Yazılı Kanyon (Sütçüler, Isparta) Tabiat Parkı'nın turizm açısından önemi ve kullanımı. *Burdur Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5 (8), 59-82.
109. Ceylan, S. (2009). Davraz Dağı (Isparta)'nda kış turizmi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14 (22), 205-230.
110. Ceylan, S. ve Demirkaya, H. (2007). Davraz Dağı'nın turizm potansiyeli ve sorunlarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8 (13), 27-43.
111. Cop, R., Candaş, N. ve Akşit, N. (2012). Stratejik pazarlama kararlarında bölümlendirme, hedef pazar ve konumlandırmanın önemi, Bolu ilinde bulunan otel işletmeleri üzerine nitel bir araştırma. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi SBE Dergisi*, 1 (24), 35-52.
112. Cop, R., Özmen, A., Kapusuzoğlu, A. ve Eş, A. (2008). Termal turizm pazarlaması Bolu ilindeki kaplıcalardan hizmet alan tüketicilerin beklentileri üzerine bir araştırma. *Pazarlama Dünyası*, 22 (2), 42-51.
113. Coşar, Y. (2008). Otel işletmelerinde rekabet üstünlüğünü etkileyen faktörler, Yöneticiler üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19 (1), 45-56.
114. Çabuk, S., İnan, H. ve Mutlu, S. (2007). Gıda sektöründe hizmet kalitesinin ölçülmesi: Adana kentsel alanda kebabçı örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (2), 85-96.
115. Çakıcı, I. ve Çelem H. (2009). Kent parklarında görsel peyzaj algısının değerlendirilmesi. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 15 (1), 88-95.
116. Çakıcı, A. C. (1999). Turist satın alma davranışlarının otel işletmeciliği açısından incelenmesi. *Pazarlama Dünyası*, 13 (78), 31-37.

117. Çakıcı, A. C., Atay, L. ve Aksu, M. (2010). Bozcaada turizmi için geçerli olabilecek fırsatlar, üstünlükler, zayıflıklar ve tehlikeleri tespit etmeye yönelik bir araştırma. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Yönetim Bilimleri Dergisi*, 8 (1), 151-166.
118. Çakıcı, A.C. (1998). Otel işletmeciliğinde müşteri tatmin düzeylerinin "değerlendirme formları" kullanılarak belirlenmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9 (Eylül-Aralık), 9-16.
119. Çakıcı, A.C. (2000). Seyahat sıklığı değişkenine göre müşteriler tarafından otel özelliklerinin değerlendirilmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (Eylül-Aralık),160-168.
120. Çakıcı, A.C. ve Aksu, M. (2006). Gökçeada'ya gelen turistlerin beklenti ve tatmin düzeylerinin karşılaştırılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 1-17.
121. Çakıcı, A.C. ve Aksu, M. (2007). Çekim yeri seçiminde grup etkisi, yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 183-194.
122. Çakıcı, A.C. ve Çetinkaya, A.Ş. (2001). İnternetin konaklama işletmelerinin pazarlama faaliyetlerine etkileri, yapılan bir araştırma ve sonuçları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Güz (12), 178-188.
123. Çakıcı, A.C. ve Gök, T. (2004). Otel işletmeciliğinde pazarlama bilgi sistemi, Yapılan bir araştırma ve sonuçları. *Öneri*, 6 (22), 73-85.
124. Çakıcı, A.C. ve Harman, S. (2006). Kuş gözlemciliğinin önemi, Türkiye'de kuş gözlemcilerin profili. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (2), 161-168.
125. Çakıcı, A.C. ve Harman, S. (2007). Importance of destination attributes affecting destination choice of Turkish birdwatchers. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 131-145.
126. Çakıcı, A.C. ve İyitoğlu, V. (2012). Tatil kararlarında aile üyelerinin rolü, Antalya ilinde tatil yapan aileler üzerinde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (1), 117-134.
127. Çakıcı, A.C., Atay, L. ve Harman, S. (2008). İstanbul'da faaliyet gösteren seyahat acentalarının pazarlama karması kararları üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), 69-87.
128. Çakıcı, C. (2004). Türkiye'de dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde kullanılan satış geliştirme araçları üzerine bir alan araştırması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 1 (1), 8-16.
129. Çakır, A. ve Çakır, G. (2012). Kırsal kalkınmayı sağlayıcı bir unsur olarak Şarköy ve çevresinde kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 53-60.
130. Çatı, K. (2003). Ulaşım hizmetlerinde hizmet kalitesi ve bir uygulama. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27 (1), 121-134.

131. Çatı, K. ve Koçoğlu, C. M. (2008). Müşteri sadakati ile müşteri tatmini arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 167-188.
132. Çatı, K. ve Yıldız, S. (2005). Şehirlerarası otobüs işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesi ve bir uygulama. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (2), 121-144.
133. Çatı, K., Koçoğlu, C. M. ve Gelibolu, L. (2010). Müşteri beklentileri ile müşteri sadakati arasındaki ilişki, beş yıldızlı bir otel örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (1), 429-446.
134. Çavuş, A. (2012). İnanç turizmiyle gelişmekte olan Haçka Yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17 (28), 215-229.
135. Çavuş, A. ve Altaş, N. T. (2010). Trabzon'da gelişmekte olan bir turizm merkezi: Kayabaşı Yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 15 (23), 203-222.
136. Çelik, H. (2009). Hizmet ortamının şehirlerarası yolcu taşıma hizmetlerinde algılanan kalite üzerindeki etkisinin incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 38 (2), 157-183.
137. Çelikkol, E. S., Uçkun, C. G., Tekin, V. N. ve Çelikkol, Ş. (2012). Türkiye'de iç hatlardaki havayolu taşımacılığında müşteri tercihi ve memnuniyetini etkileyen faktörlere yönelik bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4 (3), 70-81.
138. Çeltek, E. ve Bozdoğan, M. (2012). Alternatif pazarlama iletişimi aracı olarak gerilla pazarlama, Uygulanmış gerilla pazarlama reklam örneklerinin incelenmesi ve turizm sektörü için model önerileri. *Journal of Yaşar University*, 28 (7), 4788-4812.
139. Çetinel, F. G. (2001). Turizmde tanıtım ve reklam faaliyetlerinin önemi: Türkiye'nin tanıtımında Turizm Bakanlığı'nın yurtdışında faaliyet gösteren medya araçlarında yaptığı reklam harcamaları ile Türkiye'ye gelen turist sayısı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Güz (12), 151-161.
140. Çevirgen, A. (2004). Edremit yöresinde ekoturizme yönelik bir talep araştırması. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (12), 45-67.
141. Çiçek, O. (1999). Avrupa'da uluslararası turizm hareketleri ve Avrupa Birliği'nin yeri ve önemi. *Pazarlama Dünyası*, 13 (76), 41-45.
142. Çoban, S. (2004). Turizmde başarının anahtarı, Müşteri tatminine dayalı hizmet kalitesi geliştirme yaklaşımı. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Eylül, 23-28.
143. Çolakoğlu, O. E. ve Ataman, C. (2007). İnternette pazarlama, İzmir İli seyahat acenta yöneticilerinin bakış açısı. *Journal of Travel and Tourism Research*, Güz, 171-195.

144. Çulha, O. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Journal of Yaşar University*, 3 (12), 1827-1852.
145. Çulha, O., Hacıoğlu, G. ve Kurt, G. (2009). Otel müşterilerinin e-şikayetlerine yönelik bir içerik çözümlemesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6 (4), 42-49.
146. Delen, N. H., Qu, H. ve Slevitch, L. (2009). Hotel managers' perceptions towards relationship marketing, A case study of Antalya, Turkey. *Journal of Travel and Tourism Research*, Bahar/Güz, 105-121.
147. Demir, C. (1999). Milli parkların dünyadaki ve Türkiye'deki turizm potansiyeli üzerine bir değerlendirme. *Turizmde Seçme Makaleler*, Ekim (33), 39-49.
148. Demir, C. (1999). Müzelerde çağdaş pazarlama yaklaşımları. *Pazarlama Dünyası*, 13 (73), 42-45.
149. Demir, M. ve Şen Demir, Ş. (2004). Turistik ürün çeşitlendirilmesi kapsamında futbol turizmi, Antalya bölgesinde bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 94-116.
150. Demirci Orel, F. ve Memmedov, İ. (2004). Bağımsız devletler topluluğu ülkelerinden Türkiye'ye gelen turistlerin beklentileri ile karşılaştıkları sorunların bir sonraki tatil yeri tercihleri üzerindeki etkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18 (1-2), 1-18.
151. Demirci Orel, F. ve Yavuz, M.C. (2003). Rekreasyonel turizmde müşteri potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir pilot çalışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (11), 61-76.
152. Demircioğlu, G. (1997). Turizm-çevre etkileşimi bakımından sürdürülebilir turizm planlaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (2), 135-147.
153. Demirtaş, M. (1999). İşletmelerde müşteri tatmini, Antalya ve yöresi konaklama işletmelerinde müşteri tatmini sağlama yönlü çabaların araştırılması. *Yönetim ve Ekonomi*, 5, 423-439.
154. Deniz, O. (2008). Van Gölü güney kıyılarının ekoturizm (mavi tur) amaçlı değerlendirme olanakları. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 13 (20), 183-194.
155. Denizer, D. (2003). Otel işletmelerinde ziyafet mönülerinin planlanması üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 33-44.
156. Dikme, H. (2001). Havayolu işletmelerinde halkla ilişkilerin hizmet kalitesinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Dünyası*, 15 (3), 10-14.
157. Dinç, Y. (2004). Türkiye'ye düzenlenen kalıcı (sejour) turların, uluslararası tur operatörleri ve bölgesel turizm pazarlarına göre analizi. *Pazarlama Dünyası*, 18 (4), 36-41.

158. Dinç, Y. (2006). Uluslararası tur operatörleri, turistik ürünün, satışlarını ve verimliliğini artırmak için, paket tur düzenleyecekleri bölgesel turistik pazarlarında aradıkları özellikler. *Pazarlama Dünyası*, 20 (6), 24-28.
159. Doğan, H., Üngüren, E. ve Yelgen E. (2010). Alanya turist profiline yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15 (3), 79-100.
160. Doğan, S., Şanlıer, N. ve Tuncer, M. (2010). Yiyecek içecek işletmelerinin satış çabalarında etik, Kastamonu ili örneği. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18 (1), 241-256.
161. Doğanay, H. (2003). Ağrı dağı ve turistik önemi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 8 (9), 169-180.
162. Doğanay, H. ve Zaman, S. (2002). Antalya'da az tanınan bir kış turizm merkezi, Saklıkent. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 7 (8), 149-162.
163. Doğanay, S. (2011). Doğu Karadeniz'de yayla turizmi merkezlerine yeni bir örnek, Taşköprü Yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16 (26), 223-239.
164. Dönmez, D. (2008). Paydaş teorisi çerçevesinde otel işletmelerinin seyahat acentaları ile ilişkileri ve otel işletmelerinin performansı arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 19 (61), 91-112.
165. Dönmez, D. (2010). Şebeke ilişkilerinin otel işletmelerine ve destinasyonun gelişmesine sağladığı yararların algılanması üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7 (3), 28-38.
166. Duman, T. (2003). Paket tur değeri, Teori ve öneriler. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 45-55.
167. Duman, T. (2003). Kruvaziyer (gemi) turları satın alma tüketicilerinin geleceğe yönelik davranışsal eğilimlerinin etkileyen faktörlerin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (9), 159-178.
168. Duman, T. ve Öztürk, A. B. (2005). Yerli turistlerin Mersin Kızkalesi destinasyonu ve tekrar ziyaret niyetleri ile ilgili algılamaları üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1), 9-23.
169. Duman, T. ve Yağcı, M.İ. (2004). Mersin'de turizmi geliştirmek için ne yapmalı?. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15 (1), 9-20.
170. Duman, T., Ayduğan, P. ve Koçak, Göknül N.K. (2007). Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetlerinde hizmet kalitesi, hizmet değeri, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati ilişkileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), 151-177.
171. Duman, T., Kozak, M. ve Uysal, M.S. (2007). Turizmde ürün çeşitliliği yoluyla ürün değeri oluşturma, Türkiye'deki arz kaynakları üzerine bir inceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 206-214.

172. Duran, C. (2012). Türkiye’de dağlık alanların kırsal turizm açısından nemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 45-52.
173. Ecer, F., Aıkgzlı, S. ve Yaman, F. (2009). Analitik ađ süreci (AAS) ve web sitelerinden yararlanarak otel seçimi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27 (1), 187-208.
174. Ehtiyar, R. (2006). Alternatif turizm hareketlerinde yükselen bir trend kongre turizmi. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Haziran, 33-38.
175. Ekiz, E. H. ve Babacan, E. (2008). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti otel endüstrisinde Şikâyet yönetimi. *Journal of Travel and Tourism Research*, Bahar, 13-26.
176. Ekiz, E. H. ve Köker, N. E. (2012). Destinasyon tatmininin belirleyicileri, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’ni ziyaret eden yabancı turistlerin algılamaları. *Global Media Journal Turkish Edition*, 2 (4): 45-63.
177. Ekiz, E.H., Hussain, K. ve Babacan, E. (2008). Müşterilerin Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Havayolları'nın hizmet kalitesine yönelik algılamaları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5 (1), 15-22.
178. Eleren, A. ve Kılıç, B. (2007). Turizm sektöründe servqual analizi ile hizmet kalitesinin llmesi ve bir termal otelde uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 9 (1), 235-263.
179. Elijah-Mensah, A. (2009). Motivation and age, An empirical study of women-owners of tourism ventures in Ghana. *Journal of Travel and Tourism Research*, Bahar/Gz, 139-153.
180. Elmastaş, N. (2001). Ahlat Yöresi'nin turizm potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 1 (3), 153-182.
181. Emekli, G. (2003). Bergama ve Selçuk'un İzmir'in Kültürel turizmdeki yeri. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 39-50.
182. Emeksiz, M. (2000). Otel işletmelerinde içsel ve dışsal bilgi sistemleri, Beş yıldızlı uluslararası bir zincir otelin dışsal bilgi sistemleri ile iletişiminin incelenmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (Eylül-Aralık), 34-43.
183. Emir, O. (2010). Otel işletmelerinin pazarlanmasında seyahat acentalarının rolü: Otel işletmeleri tarafından bir değerlendirme. *Ege Akademik Bakış*, 10 (4), 1245-1256.
184. Emir, O. ve Avan, A. (2010). Yabancı turistlerin satın alma karar sürecinde kültürel varlıkların etkisi: Konya rneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, 203-220.
185. Emir, O. ve elik, S. (2010). Beş yıldızlı termal otel işletmesi yöneticilerinin müşteri değer algılarının belirlenmesi: Afyonkarahisar'da bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi*, 17 (1), 69-82.
186. Emir, O. ve Durmaz, G. (2009). Afyonkarahisar'ın termal turizm imajı üzerine bir değerlendirme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (1), 25-32.

187. Emir, O. ve Kılıç, İ. (2011). Müşterilerin memnuniyet düzeyleri ile demografik özellikleri arasındaki ilişki: Antalya'daki 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama. *Journal of Yaşar University*, 21 (6), 3606-3633.
188. Emir, O. ve Pekyaman, A. (2010). Çocuklu ailelerin otel işletmesi seçiminde etkili olan faktörler: Afyonkarahisar'da bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi*, 17 (2), 159-181.
189. Emir, O. ve Zorlu, Ö. (2010). Satın alma karar süreci faktörlerinin algılanan değere etkisi, otel işletmelerindeki hizmetlere yönelik bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (24), 254-274.
190. Emir, O., Kılıç, G. ve Pelit, E. (2010). Üç yıldızlı otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (3), 291-310.
191. Ener, N. ve Ekiz, E.H. (2002). Diffusion of internet marketing in the Northern Cyprus hotel industry: An exploratory study. *Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 37-62.
192. Erdem, B. (2010). Kat hizmetleri yöneticilerinin hizmet kalitesi algıları, Konaklama işletmelerinde görgül bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (3), 165-182.
193. Erdem, B. (2010). Otel endüstrisinde yeni bir trend: Dizayn oteller. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 115-132.
194. Erduran, F. (2006). Ilgaz Dağı Milli Parkı'nın koruma ve kullanım ilkeleri açısından turizm-rekreasyon potansiyelinin saptanması. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 37 (2), 225-233.
195. Erem, Ö. ve Erkman U. (2003). Tatil köylerinin okunabilirliğinde çevre işaretlerinin rolü. *İtü Dergisi/a*, 2 (1), 51-59.
196. Eriş, E.D. (2007). Uluslararası pazarlarda Türk marinalarının çekiciliği ve pazarlama stratejileri. *Ege Akademik Bakış*, 7 (1), 37-55.
197. Ersun, M. ve Aslan, K. (2009). Kongre turizminin geliştirilmesinde kongre ve ziyaretçi bürolarının rolü ve önemi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (15), 89-114.
198. Eser, Z. (2002). Çinli turistlerin Türkiye'de sağlanan hizmetlerden tatminlerini oluşturan boyutlar üzerine bir araştırma. *Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 77-97.
199. Eser, Z. (2007). Nostaljinin pazar bölümlene değişkeni olarak kullanılması üzerine kavramsal bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 115-130.
200. Eser, Z. ve Çakar, M. (2005). Moderninden postmoderne: Turizm pazarlamasında yeni yaklaşımlar. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 2 (1), 36-43.

201. Eser, Z. ve Duman, F.C. (2006). Film teşvikli turizm ve pazarlama unsurları üzerine kavramsal bir çalışma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3 (4), 17-25.
202. Eser, Z. ve Ilgaz Sümer, S. (2006). Pazarlama karması mal ve hizmetler için tüketiciler tarafından nasıl değerlendirilir? Betimleyici bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (3), 111-132.
203. Fırat, A. ve Açıkgöz, İ. (2011). Konaklama işletmelerinin kriz döneminde uyguladıkları pazarlama stratejileri. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Güz (27), 45-68.
204. Filiz, Z. ve Çemrek, F. (2008). Tüketici memnuniyeti analizi ve gıda (fast-food) sektöründe bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (1), 59-84.
205. Gavcar, E., Avcı, U. ve Boylu, Y. (2001). Seyahat acentalarının reklam etkinlikleri üzerine bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4, 138-154.
206. Gençer, R.T., Demir, C. ve Ayçan, A. (2008). Kayak merkezlerindeki spor turistlerinin hizmet kalitesi algılarını etkileyen değişkenler. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 437-450.
207. Giritlioğlu, İ. ve Avcıkurt, C. (2010). Şehirlerin turistik bir ürün olarak pazarlanması, örnek şehirler ve Türkiye'deki şehirler üzerine öneriler (derlemeden oluşmuş bir uygulama). *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (4), 74-89.
208. Go, F. M. ve Trunfio, M. (2011). A paradigm shift from tourism destination management to democratic governance of place branding, The cases of Pompei and Campi Flegrei. *Journal of Travel and Tourism Research*, Güz/Bahar, 4-17.
209. Gök, A. ve Tuna, H. (2012). Turizm pazarlaması açısından Malatya ilinin potansiyelinin belirlenmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15 (23), 1-11.
210. Gökalp, D. D. ve Yazgan, M. E. (2012). Kırsal Peyzaj Planlamada Agroturizm ve Agriturizm. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15 (23), 25-29.
211. Gökdeniz, A. ve Çetin, İ. (2002). Turistlerin seyahat anlayışlarında değişme eğilimleri ve eko turizm. *Turizm Akademik Dergisi*, 1, 45-54.
212. Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2000). Konaklama işletmelerinde animasyon faaliyetlerinin hizmet satışlarına etkisi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (Eylül-Aralık), 99-106.
213. Gönenç Güler, E. (2009). Otel işletmelerinde değer yaratma ve müşteri değeri algılaması üzerine bir araştırma, Edirne'deki oteller örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (1), 61-76.
214. Gönenç Güler, E. (2009). Konaklama İşletmelerinde Tutundurma Faaliyetleri ve Trakya'daki Oteller Üzerine Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 17 (2), 233-261.

215. Göyün, D. ve Akpınar, N. (2003). Kızılcahamam Sey Kaplıcaları'nın termal turizm açısından değerlendirilmesi. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 9 (1), 111-115.
216. Gülbahar, O. (2009). 1990' lardan günümüze Türkiye'de kitle turizminin gelişimi ve alternatif yönelimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14 (1), 151-177.
217. Gülbahar, O. (2009). 2000' li yıllarda Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi profili. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10 (2), 93-110.
218. Gülcan, B. (1998). Özendirme aracı olarak kullanılan turistik bir ürün, Incentive seyahatler. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 70-81.
219. Gülcan, B. (2000). Sadık müşteri yaratabilme ve sürekli satış yapabilmenin yolu, veri tabanlı pazarlama. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3, 27-49.
220. Gülcan, B. (2009). Türkiye'deki paleolitik/epipaleolitik somut kültürel mirasın turizm potansiyeli ve pazarlama sorunu. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6 (3), 44-54.
221. Gülcan, B. (2010). Türkiye'de kültür turizminin ürün yapısı ve somut kültür varlıklarının dayalı ürün farklılaştırma ihtiyacı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 99-120.
222. Güleç, B. (2006). Reklamın Turistlerin Satın Alma Davranışları Bakımından İncelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 , 127-158.
223. Güleç, B. (2007). Otel işletmelerinin reklamlarının alman turistlerin satın alma davranışları üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik bir alan araştırması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 4 (2), 25-33.
224. Güler, S. (2006). Otel restoranlarının rekabet edebilme gücü. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3 (3), 24-30.
225. Günal, V. (2005). Mardin İli'nde kültürel turizm potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 11, 91-122.
226. Günal, V., Aleaddinoğlu, F. ve Şahinalp, M. S. (2009). Türkiye'ye yönelik kültürel turizm turları ve başlıca güzergahlar. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1), 275-298.
227. Güner, İ. (2000). Touristic potential of Ağrı mountain. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 6 (4), 169-179.
228. Güner, İ. (2002). Tourism in Fethiye. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (Bahar), 99-117.
229. Güngör, S. ve Arslan, M. (2004). Turizm ve rekreasyon stratejileri için SWOT analizi, görsel kalite değerlendirmesi, turizm tesislerinin beğenilirliği ve turizm tesisleri durum analizi uygulaması, Beyşehir İlçesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 18 (33), 68-72.
230. Güngör, S. ve Aslan, M. (2003). Beyşehir ilçesi ve yakın çevresi turizm ve rekreasyon kullanımına yönelik peyzaj potansiyelinin saptanması üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 17 (32), 64-73.

231. Günyaşar, V. ve Oral H. (2005). Menü planlamasında çok amaçlı programlama yaklaşımı. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi*, 6 (23), 119-127.
232. Gürbüz, A. (1995). Pazarlama süreci içerisinde turizm işletmelerinde yeni turistik ürün planlama ve geliştirmenin önemi. *Pazarlama Dünyası*, 9 (49), 27-32.
233. Gürbüz, A. (1997). Turizm pazarlamasında özgü pazarlama karması elemanlarının turizm işletmeleri için önemi. *Pazarlama Dünyası*, 11 (61), 30-34.
234. Gürbüz, A. (1997). Türk turizm tutundurma sistemi ile OECD ülkelerinin turizm tutundurma sistemlerinin karşılaştırılması. *Pazarlama Dünyası*, 11 (64), 42-48.
235. Gürbüz, A. (2003). Safranbolu'ya gelen yerli turistlerin tatmin olma düzeyini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1-21.
236. Gürbüz, A. (2005). Kastamonu'ya gelen yerli turist profilini belirlemeye yönelik bir uygulama. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 80-99.
237. Gürbüz, A. (2009). Safranbolu'yu ziyaret eden turistlerin demografik özelliklerine göre turistik ürünleri algılama durumu. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10 (2), 217-234.
238. Güreş, N. ve Akgül, V. (2010). Niş pazarlama ve Hatay turizmüne yönelik niş pazarlama stratejilerinin belirlenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (13), 298-309.
239. Güzel, F. Ö. (2012). Rekabet aracı olarak tasarım faktörünün duygu aracılığıyla hatırlanabilirlik yaratma etkisine yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9 (2), 23-31.
240. Güzel, F.Ö. (2009). Turizm açısından ülke imajının önemi ve Türkiye imajı üzerine kavramsal bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 143-159.
241. Haciefendioğlu, Ş. (2005). İlişki pazarlaması ve turizm sektöründe bir saha araştırması. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), 69-93.
242. Haciefendioğlu, Ş. ve Çolular, N. (2008). İlişkisel pazarlamada güven unsuru ve otel işletmelerinde uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (2), 107-126.
243. Haciefendioğlu, Ş. ve Koç, Ü. (2009). Hizmet kalitesi algılamalarının müşteri bağlılığına etkisi ve fast-food sektöründe bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (2), 146-167.
244. Hacıoğlu, N. (2011). Türkiye'de inanç turizminin geleceği. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Ağustos, 26-33.
245. Halis, M. ve Türkay, O. (2010). Konaklama işletmelerinde tedarikçi-işletme ilişkileri, Türk şehir otellerinden bulgular. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7 (1), 6-16.
246. Halis, M., Karagöz, Y. ve Savgın, C. (2009). Bitlis ili turistik arz potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6 (3), 30-43.

247. Hançer, M. ve Ataman, C. (2006). Seyahat acentalarında iletişim teknolojisinin kullanımı ve web sitelerinin değerlendirilmesi ege bölgesi örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (3), 193-207.
248. Hançer, M., Biçici, F. ve Tanrıseven, A. (2007). Fiyat sonu yazım stratejileri, Kafe ve restoran menü fiyatlarının öğrenci algıları üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik nitel bir çalışma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 21-32.
249. Haşiloğlu, S.B., Sezgin, M. ve Bardakçı, A. (2008). Hizmet sektöründeki veritabanlı pazarlama araştırmalarının değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10 (14), 228-240.
250. Hayta, A.B. (2008). Turizm pazarlamasında tüketici satın alma süreci ve karşılaşılan sorunlar. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16 (1), 31-48.
251. Hyun, S.S. (2009). Managing long-term customer value in the theme park industry, A customer equity-based approach. *Journal of Travel and Tourism Research*, Bahar/Güz, 28-54.
252. İbret, B.Ü. (2007). Türkiye'de yeni gelişen bir termal turizm merkezi, Çavundur Kaplıcası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12 (18), 135-163.
253. İçli, G. (2010). Pazarlama iletişimi araçlarının Türk şarap sektörü açısından incelenmesi. *Öneri Dergisi*, 9 (33), 127-133.
254. İçöz, O. (1991). Turizm sektöründe tanıtma ve pazarlama stratejileri. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 35-39.
255. İçöz, O. (1998). Kuşadası'nın yat turizmi talebi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9 (Mart-Haziran), 9-16.
256. İçöz, O. (2009). Sağlık turizmi kapsamında medikal (tıbbi) turizm ve Türkiye'nin olanakları. *Journal of Yaşar University*, 4 (14), 2257-2279.
257. İçöz, O., Tavmergen, İ. ve Özdemir, P. (1999). Hizmet pazarlamasında internet kullanımı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (3), 27-40.
258. İlban, M. O. ve Kaşlı, M. (2009). Termal turizmin gelişmesini etkileyen sorunları belirlemeye yönelik Gönen'de bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 9 (4), 1275-1293.
259. İlban, M. O. ve Kaşlı, M. (2011). Altınoluk'ta turizmin gelişmesini etkileyen sorunlar, Hizmet işletmelerinde bir araştırma. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 20 (1), 27-52.
260. İlban, M. O., Kılıç, M. E. ve Yılmaz, Ö. (2011). Termal turizmde tüketici davranışını etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Gönen örneği. *Öneri Dergisi*, 9 (36), 39-51.
261. İlban, M. O., Köroğlu, A. ve Bozok, D. (2008). Termal turizm amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: Gönen örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), 105-129.

262. İlban, M.O. (2008). Seyahat acenta yöneticilerinin destinasyon marka imajı algıları üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 8 (1), 121-152.
263. İlban, M.O. (2011). Otel müşterilerinin şikâyet davranışı ve tutumlarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8 (1), 6-16.
264. İlban, M.O., Doğdubay, M. ve Gürsoy, H. (2010). Otel işletmelerinde ilişkisel pazarlama üzerine karşılaştırmalı bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 117-144.
265. İnal, M.E., İri, R. ve Sezgin, M. (2010). Turizm işletmelerinde tutundurma faaliyetlerinin belirlenmesine yönelik bodrum yöresinde bir araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (14), 285-308.
266. İpek, M. (2005). Otel işletmeciliğinde pazar yönlülük ve pazar yönlülük performans ilişkisi üzerine bir araştırma ve sonuçları. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (1), 157-178.
267. İslamoğlu, A.H. (1995). Bağımsız seyahat eden turistleri turlarla seyahat eden turistlerden ayıran kişilik özellikleri. *Pazarlama Dünyası*, 9 (51), 14-17.
268. İslamoğlu, A.H. (1990). A grubu seyahat acentalarının büyümelerinde etkili olan faktörler. *Pazarlama Dünyası*, 30, 15-26.
269. İslamoğlu, A.H. (1991). Doğu Karadeniz turizminin gelişme eğilimi. *Pazarlama Dünyası*, 25, 31-33.
270. İslamoğlu, A.H. (1992). Turizm pazarlamasında karşılaşılan sorunlar. *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 7 (74-Mayıs), 31-48.
271. İstanbullu Dinçer, F. (1999). Güneydoğu Anadolu Projesi'nde (GAP) turizmin çeşitlendirilmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (Eylül-Aralık), 18-30.
272. İstanbullu Dinçer, F. Muğan Ertuğral, S. (2000). Kültürel mirasın korunması ve istanbul ilindeki tarihi yapıların turizm amaçlı kullanılması üzerine bir deneme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (Eylül-Aralık), 69.78.
273. İstanbullu Dinçer, F. ve Kızılırmak, İ. (1998). Turizm çeşitlendirilmesi kapsamında Doğu Karadeniz Bölgesi'nin sorunları ve çözüm önerileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 100-101.
274. Kafalı Yılmaz, F. (2008). Gelişimini tamamlamış kıyı turizmine Marmaris (Muğla) örneği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (3), 159-180.
275. Kahraman, N. (1991). Termal turizm olayı ve Yalova kaplıcaları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (3), 10-12.
276. Kantarcı, K. (1998). Konaklama işletmelerinin performans düzeyini belirleyen olay ve olguların sistem yaklaşımıyla açıklanması. *Pazarlama Dünyası*, 12 (71), 7-13.

277. Karabağ, S.F., Mimaroglu Özgen, H. ve Özgen, H. (2010). Bir iletişim aracı olarak web siteleri, Türkiye'deki otel web sitelerinin etkinliği üzerine bir araştırma. *Öneri Dergisi*, 9 (33), 17-32.
278. Karadeniz, E., Kandır, S.Y. ve Önal, Y.B. (2007). Seçilmiş paydaşların swot yöntemiyle Türk turizm yatırımlarını değerlendirmesine yönelik bir pilot çalışma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 195-205.
279. Karagöz, K. (2008). Türkiye'nin turizm potansiyeli, Çekim modeli yaklaşımı. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19 (2), 149-156.
280. Karagöz, Yüncü, D. ve Kozak, N. (2010). Türk akademisyenlerin kongre tercihleri üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (1), 109-210.
281. Karakaş, A. (2012). Eğil ilçesi kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 5-18.
282. Karakaş, B., Bircan, B. ve Gök, O. (2007). Hizmet sektöründe ilişki pazarlaması, butik oteller ve 5 yıldızlı oteller üzerine karşılaştırmalı bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 7 (1), 3-18.
283. Karaman, A. ve Sezgin, M. (2008). Turizm sektöründe pazarlama aracı olarak seyahat acenteleri ve insan kaynakları (Konya'da bir uygulama). *Journal of Travel and Tourism Research*, Bahar, 40-51
284. Karaman, S. (1999). Yabancı turist profili. *Turizmde Seçme Makaleler*, Temmuz (32),20-37.
285. Karaman, S. (2000). Balıkesir yöresine gelen Fransız turist talep analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (4), 298-312.
286. Karaman, S. (2000). Dünyada ve Türkiye'de turizm talebinin mekân açısından yoğunlaştığı yerler. *Pazarlama Dünyası*, 14 (83), 46-48.
287. Karaman, S. ve Kaşlı, M. (2007). Balıkesir ilinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli otellerde bilgi teknolojilerinin kullanımı. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 4 (1), 22-38
288. Karamustafa, K. (2002). Türkiye'de iç turizm açısından internet kullanımı. *Pazarlama Dünyası*, 16 (4-94), 38-45.
289. Karamustafa, K. ve Kuşlivan, S. (2001). İngiliz tur operatörlerinin turistik destinasyon seçiminde kullandıkları kriterler açısından Türkiye'yi değerlendirmesi. *Pazarlama Dünyası*, 15 (86), 16-24.
290. Karamustafa, K. ve Öz, M. (2008). Uluslararası turizm dağıtım kanalı değer zincirine internetin katkısı, Fırsatlar ve tehditlere dayalı bir değerlendirme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 273-292.
291. Karamustafa, K., Biçkes, M. ve Ulama, Ş. (2002). Türkiye'deki konaklama işletmelerinin internet web sitelerini değerlendirmeye yönelik bir çalışma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (Temmuz-Aralık), 51-92.

292. Kaşlı, M. (2006). AB pazarında yer alabilme çerçevesinde KOBİ niteliğindeki turizm işletmelerinin bilgi teknolojilerini pazarlama aracı olarak kullanım ve algılama biçimleri. *Pazarlama Dünyası*, 20 (3), 34-37.
293. Kaşlı, M. ve Yılmazdoğan, O.C. (2012). İmajın turistik talebe etkisi: Eskişehir örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4 (2), 199-209.
294. Kaşlı, M., İlban, M. O. ve Şahin, B. (2009). Modern pazarlama stratejileri, AB ve Türk turizmi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (27), 79-98.
295. Kavak, B. ve Yılmaz, İ. (2003). Kritik olaylar tekniğinin (KOT) otel işletmelerindeki hizmet kalitesinin ölçümü ve iyileştirilmesinde kullanılabilirliği, Servqual tekniği ile karşılaştırmalı bir değerlendirme. *Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 13-35.
296. Kaya, F., Cankül, D. ve Demirci, B. (2012). Türkiye'nin önemli inanç turizmi merkezlerinden biri, Akdamar Kilisesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15 (23), 13-24.
297. Kelkit, A. (2003). Çanakkale ilinin turizm potansiyeli ve çeşitlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 17 (31), 18-23.
298. Kerimoğlu, E. ve Dökmeci, V. (1998). Küçük şehirlerde turizm potansiyeli ve Assos örneği. *Turizmde Seçme Makaleler*, 29 (Şubat), 32-42.
299. Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
300. Keskin, G. (1997). Doğu Anadolu Bölge kalkınması ve turizm. *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 12, (138-Eylül), 36-50.
301. Keskin, G. (1998). Doğu Anadolu Bölgesi'nde bulunan turizm işletme belgeli otellerin personel ve hizmet kalitesinin değerlendirilmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9 (Mart-Haziran), 44-50.
302. Kılıç, B. (2011). Destinasyon ziyaretçilerinin sosyo-demografik özelliklerinin seyahat eğilimleri üzerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 239-252.
303. Kılıç, B. ve Eleren, A. (2009). Turizm sektöründe hizmet kalitesi ölçümü üzerine bir literatür araştırması. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 91-118.
304. Kılıç, B. ve Eleren, A. (2010). Termal otel işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15 (3), 119-142.
305. Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler, Pastoral Vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2 (4), 39-56.
306. Kılıç, B. ve Ok, S. (2012). Otel işletmelerinde müşteri şikâyetleri ve şikâyetlerin değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University*, 25 (7), 4189-4202.

307. Kılıç, B. ve Sop, S.A. (2011). Hüzün turizmi, katarsis ve alternatif katarsistik bir destinasyon örneği olarak San Jose Madeni. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8 (3), 6-22.
308. Kılıç, İ. ve Pelit, E. (2004). Yerli turistlerin memnuniyet düzeyleri üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15 (2), 113-124.
309. Kılıçlar, A. ve Tayfun, A. (2001). Uluslararası pazar seçim süreci, Kaplıca turizmi bir model önerisi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5, 55-72.
310. Kingır, S., Akova, O. ve Özkul, E. (2006). Akçakoca'yı ziyaret eden turistlerin müşteri tatminini ölçmeye yönelik bir alan çalışması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi SBE Dergisi*, 2 (13), 74-99.
311. Kırkbir, F. ve Ayyıldız, H. (2007). Türkiye'de termal turizm pazarlamasında müşteri sadakatine yönelik yapısal bir model önerisi. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Dergisi*, 42 (2), 89-94.
312. Kırzioğlu, I. (1993). Palandöken Dağları Kış turizmi planlaması çerçevesinde doğru onarımı. *Ekoloji Dergisi*, 9, 44-47.
313. Kızılırmak, İ. (1995). Otel işletmeciliğinde müşteri tatmini, önemi ve ölçme teknikleri. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 64-70.
314. Kızılırmak, İ. (1997). Turizm sektöründe mavi bayrak uygulamasının önemi ve uygulanma kriterleri. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8 (Eylül-Aralık), 25-31.
315. Kızılırmak, İ. ve Kurtuldu, H. (2005). Kültürel turizmin önemi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 100-120.
316. Kitapçı, O. (2008). Restoran hizmetlerinde müşteri şikâyet davranışları, Sivas ilinde bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31 (Temmuz-Ağustos), 111-120.
317. Koca, H., Zaman, S. ve Coşkun, O. (2007). Erzurum'un spor-kamp turizmi potansiyeli. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12 (18), 205-224.
318. Koç, E. (2004). Relationship marketing and the role and potential of e-mail for travel agencies operatig in the Turkish domestic tourism market. *Öneri Dergisi*, 6 (22), 129-138.
319. Koçak, G.N., Yağcı, M.İ. ve Duman, T. (2004). Seyahat edenlerin katıldıkları tur sürecince algıladıkları "parasal olmayan bedeller"e ilişkin bir ölçek geliştirme çalışması. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15 (2), 105-112.
320. Koçak, N. ve Karakaş Tandoğan, G. (2008). Kent turizmi kapsamında fuar ve sergilerin İzmir turizmüne olası etkileri: Expo örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5 (2), 6-15.
321. Korkmaz, N. ve Karadeniz, N. (2004). Nallıhan-Hoşbebe orman içi dinlenme yerinin rekreasyon kaynaklarının geliştirilmesi. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 10 (1), 24-30.
322. Korkmaz, S. (2005). Fast food (hızlı yemek) pazarında rekabetçi stratejilerin etkinliği, Üniversite gençliğinin tercihlerinin analizi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 22-39.

323. Korkmaz, S. (2006). Müşteri ilişkisi yönetiminde internet kullanımı, Seyahat acentelerinde bir uygulama. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2), 193-213.
324. Korkmaz, S. ve Şahbaz, R.P. (2001). Türkiye'ye kültürel turizm amaçlı seyahat eden yabancı turistlerin kültürel değerleri algılama düzeyleri ve satın alma alışkanlıklarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 13-41.
325. Korkmaz, S., Temizkan, S. P. ve Temizkan, R. (2011) Hizmet içi eğitim seminerlerinin profesyonel turist rehberlerinin turizm pazarlamasındaki rolüne etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 17-36.
326. Korkmaz, S., Temizkan, S. ve Temizkan, R. (2010). Profesyonel turist rehberlerinin turizm pazarlamasındaki rolü ve hizmet içi eğitim seminerlerinin pazarlama açısından içerik analizi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 133-149.
327. Korzay, M. ve Alvarez, M.D. (2006). Bilginin Farklı Kültürlere Göre Bir Varış Noktasının Konumlandırılmasındaki Rolü. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 161-169.
328. Koşan, A. (2006). Değişimdeki turizm pazarları. *Pazarlama Dünyası*, 20 (3), 16-19.
329. Koşan, A. (2008). The development opportunities and tourism potentials the Çoruh Valley-Erzurum Axis. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1), 1-14.
330. Kozak, M. (1997). Türk turizminde ulaştırma işletmeleri ve seyahat acentelerinden kaynaklanan sorunlar. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Mayıs, 158-162.
331. Kozak, M. (2007). Turizm sektöründe tüketicilerin şikâyetlerini bildirme eğilimleri. *Yönetim ve Ekonomi*, 14 (1), 137-151.
332. Kozak, N. (1990). 1980-1986 yılları arasında eğlence, gezi, ziyaret amacıyla Türkiye'ye gelen yabancıların kalış süreleri ve bu sürelerde oluşan değişimler. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 8-10.
333. Kozak, N. (1997). Termal turizm işletmelerinde konaklayan vatandaşların tesislerden beklentileri. *Turizmde Seçme Makaleler*, Temmuz (28), 21-32.
334. Kozak, N. (2001). Türkiye'de turizm pazarlaması literatürünün gelişim süreci, 1972-1998 yılları arasında hazırlanmış lisansüstü tez çalışmaları üzerine biyo-bibliyografik bir inceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Bahar (12), 26-33.
335. Kozak, N. (2003). Ticari fuar kataloglarında turizme konu olan ürünlerle ilgili öne çıkarılan özellikler, Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarları üzerine bir inceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (2), 159-171.
336. Kozak, N. (2004). Türkiye'de ticari turizm fuarlarına katılma amaçları üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15 (1), 36-46.

337. Kozak, N. ve Çuhadar, M. (2002). Antalya il sınırları içerisinde faaliyet göstermekte olan otel işletmelerinde internet ortamında tutundurma karma elemanlarının kullanılmasını ölçmeye yönelik bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13 (1), 84-94.
338. Kozak, R. (2003). Turistik çekim merkezi olarak Türkiye imajı, İki Asya-Pasifik ülkesi (Avustralya ve Yeni Zelanda) seyahat araçları temsilcileri üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (2), 141-149.
339. Kozak, R. (2007). Seyahat acentalarının iş süreçlerinde internetin önemi (TURSAB- BYK üyeleri algılamaları üzerine bir araştırma). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 1-17.
340. Köroğlu, A. ve Köroğlu, Ö. (2007). Sürdürülebilir turizm kapsamında şirince örneği. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Ağustos, 65-71.
341. Köşklük Kaya, N. (2012). Şirince Köyü örneğinde kırsal mimari mirasın kırsal turizmin gelişmesine katkısının tartışılması. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 119-123.
342. Kurgun, A., Kurgun, H. ve Güripek, E. (2007). Turizm pazarlamasında küresel dağıtım sisteminin (Global Distribution System-GDS) stratejik rolü ve önemi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), 262-274.
343. Kuşlivan, S. (1997). Konaklama sektöründe pazarlama karar değişkeni olarak fiyatlandırma kararını etkileyen faktörler. *Pazarlama Dünyası*, 11 (61), 11-18.
344. Kuşlivan, S. ve Eren, D. (2008). Hizmet işletmelerinde rekabet üstünlüğü aracı olarak örgütsel hizmet odaklılık. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5 (4), 18-30.
345. Kuşlivan, S. ve Karamustafa, K. (2002). Türkiye’de dış aktif turizmin gelişmesinde yabancı tur operatörlerinin rolü. *Pazarlama Dünyası*, 16 (5-95), Eylül-Ekim, 18-28.
346. Kuşlivan, S. ve Kuşlivan, Z. (1998). Turizmde mevsimsellik, Nedenleri, sonuçları ve yönetimi. *Pazarlama Dünyası*, 12 (69), 18-29.
347. Kuşlivan, Z. ve Eren, D. (2002). Turizm işletmeleri açısından global dağıtım sistemlerinin kullanımı. *Pazarlama Dünyası*, 16 (4-94), 30-35.
348. Kuter, N. ve Erdoğan, E. (2006). Yalvaç, Pisidia Antiocheia antik kenti ve çevresinin peyzaj özellikleri ve turizm açısından değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, Seri A (1), 111-123.
349. Küçükaltan, D. (1999). Karayolu ulaşımının turizmde ve çevreye yönelik etkileri. *Turizmde Seçme Makaleler*, Ekim (33), 50-55.
350. Küçükaltan, D. ve Ultanır, G. (2012). Trakya'da kırsal turizmin uygulanabilirliği, Şarköy örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 125-130.

351. Lezki, Ş. ve Er, F. (2010). Tatil yeri kararının verilmesinde karar ağacı ve etki diyagramının uygulanması. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2), 233-242.
352. Maden, D. Köner, N.E. ve Topsümer, F. (2012). Destinasyon merkezi olarak İstanbul imajı, Ampirik bir araştırma. *Global Media Journal Turkish Edition*, 2 (4), 105-128.
353. Malekmohammadi, A., Mohamed, B. ve Ekiz, H. E. (2011). An analysis of conference attendee motivations, Case of international conference attendees in Singapore. *Journal of Travel and Tourism Research*, 11 (1), 50-64.
354. Manap, G. (2006). Analitik hiyerarşi yaklaşımı ile turizm merkezi seçimi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 157-171.
355. Menekşe, R. (2005). Her şey dâhil sisteminin ve sistemden faydalananlar açısından etkilerinin otel yöneticilerinin gözünden değerlendirilmesi (Marmaris örneği). *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (Bahar), 97-124.
356. Menekşe, R. (2008). Ankara'da faaliyet gösteren a grubu seyahat acentalarında çalışmakta olan personelin tüketiciye karşı etik davranışlarını algılama düzeyleri üzerine ampirik bir araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (1), 83-117.
357. Met, Ö. (2012). Turizm ile yöresel gelişme, Sinop için turizm gelişim stratejisi önerisi. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, 34, 163-179.
358. Meydan Uygur, S. ve Demir, E. (2005). Kurumsal marka imajı oluşturmanın otel işletmeleri açısından önemi, World of Wonders Topkapı Palace ve Kremlin Palace otel işletmelerine yönelik bir uygulama. *Turizm Akademik Dergisi*, 1, 11-25.
359. Meydan Uygur, S. ve Kara Şimşek, D. (2005). Turizm işletmelerinin turistlere yönelik uyguladıkları satış geliştirme faaliyetlerinin turistik satın alma kararı üzerindeki etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 2, 47-60.
360. Meydan Uygur, S., Tayfun, A. ve Kara Şimşek, D. (2005). Seyahat acentelerinin kullandıkları satış geliştirme araçları üzerine bir araştırma, Ankara-Antalya karşılaştırması. *Turizm Akademik Dergisi*, 2, 23-35.
361. Meydan, S. (2001). Ankara'da bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerinin seyahat acenta yöneticilerinin algılama sonuçlarına göre algılama haritalarının düzenlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 1, 10-19.
362. Muğan Ertuğrul, S. (1998). Otel işletmelerinde kuruluş yeri seçimi, İstanbul'daki beş ve dört yıldızlı oteller ile ilgili bir alan araştırması. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9 (Eylül-Aralık), 33-38.
363. Muğan Ertuğrul, S. ve Demirkol, Ş. (2007). Turistik ürün talebinde markalaşma ve önemi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 61-70.

364. Muğan Ertuğrul, S., İstanbullu Dinçer, F., Ongan, S., Güngör, A. ve Kızıllırmak, İ. (2002). Sürdürülebilir turizm politikaları çerçevesinde Trabzon ilinde sivil mimari örneklerinin turizm amaçlı kullanılabilirliğinin incelenmesi ve turizm türlerinin geliştirilmesi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 189-206.
365. Murat, G. ve Çelik, N. (2007). Analitik hiyerarşi süreci yöntemi ile otel işletmelerinde hizmet kalitesini değerlendirme, Bartın örneği. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (6), 1-20.
366. Müderrisoğlu, H., Yerli, Ö., Altanlar Turan, A. ve Duru, N. (2005). ROS (Rekreasyonel Fırsat Dağılımı) Yöntemi ile Abant Tabiat Parkı'nda kullanıcı memnuniyetinin belirlenmesi. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 11 (4), 397-405.
367. Narti S. (2006). Algılanan hizmet kalitesinin müşteri değerlendirme sürecine yansımaları ve sadakat üzerindeki etkisi, Havayolu endüstrisinden bulgular. *Uludağ Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25 (2), 200-224.
368. Oral, S., Kurgun, O. A. ve Tütüncü, Ö. (1996). Turizm işletmelerinde kalite güvence sisteminin kurulması ve kalite maliyetleri. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, 35 (418), 111-119.
369. Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde "coğrafi işaretlerin" kullanımı: İzmit Pişmaniyesi örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2), 243-254.
370. Orhan, T. ve Karahan, F. (2010). Uzundere ilçesi ve yakın çevresinin ekoturizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 27-42.
371. Öçer, A. ve Can, C. (1999). Turizm pazarlaması ve Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Pazarlama Faaliyetleri. *Pazarlama Dünyası*, 13 (76), 23-27.
372. Öçer, A. ve Yaman, Z. (1999). Doğu Karadeniz Bölgesi'nde turizm pazarlama faaliyetlerine bir yaklaşım. *Pazarlama Dünyası*, 13 (78), 20-30.
373. Öğütveren, Ö. (2001). Marka sadakati ile pazarlama karması elemanları arasında bir ilişki var mıdır?. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5, 66-81.
374. Öncü, M.A. ve Kethüda, Ö. (2012). İşletmelerinin dağıtım kanalı bağımlılık düzeyine göre performanslarının değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9 (1), 33-37.
375. Öncü, M.A., Çatı, K. ve Özbay, G. (2007). Hızlı yiyecek işletmelerinin tercihinde etkili olan faktörler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), 317-336.
376. Önder, H., Özçelik, Ö. ve Odabaşı, Y. (2010). Termal turizm bölgelerinde ikincil konutların turizme kazandırılması, Kütahya-Yoncalı termal turizm bölgesi örneği. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 40-57.
377. Önder, S. (2003). Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin rekreasyonel eğilim ve taleplerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 17 (32), 31-38.

378. Önder, S. ve Polat, A.T. (2004). Konya ili Karapınar ilçesinin ekoturizm yönünden görsel kalite değerlendirmesi ve swot analizi. *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 18 (33), 53-64.
379. Örucü, E. (1998). Turizm sektöründe kalite kültürü ve güney ege sahilleri örneği. *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 13 (149-Ağustos), 56-63.
380. Örucü, E., Topaloğlu, C. ve Emektar, E. (2002). Konaklama işletmelerinde önbüro bölümü görevlilerinin karşılaştıkları şikâyetler ve bu şikâyetleri çözümüyleme yolları, Muğla İli Dalyan Yöresi örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 2, 17-29.
381. Öter, Z. (2010). Turist rehberlerinin pazarlama bilgisi toplama davranışları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7 (1), 17-28.
382. Öter, Z. ve Özdoğan, O.N. (2005). Kültür amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı, Selçuk-Efes örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (2), 127-138.
383. Özbek, V., Akkılıç, M.E. ve İlban, M.O. (2011). Tüketicilerin seyahat acentalarına ilişkin etik algıları ve niyetlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 11 (2), 325-338.
384. Özdaşlı, K., Özdaşlı, E. ve Alpaslan, A.M. (2010). Yaratıcı turizm, Bir uygulama modeli önerisi ve Isparta ilinde yaratıcı turizm envanteri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7 (1), 17-24.
385. Özdemir Meriç, P. (2007). İzmir'de turizm sektörünün geliştirilmesinde turistik ürün çeşitlendirmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), 298-316.
386. Özdemir Yılmaz, G. ve Kafa Gürol, N. (2012). Balıkesir ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 23-32.
387. Özdemir, B. (2010). Dışarıda yemek yeme olgusu, Kuramsal bir model önerisi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2), 218-232.
388. Özdemir, B. ve Kınay, F. (2004). Yabancı ziyaretçilerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri, Antalya'yı ziyaret eden Alman ve Rus turistler üzerine bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 5-28.
389. Özdemir, G. (2007). Resort planlaması, Turizm planlaması içindeki yeri ve önemi. *Journal of Yaşar University*, 1 (3), 239-253.
390. Özdemir, S. (2012). Kırsal kalkınmada kırsal turizmden yararlanma olanakları, Gökçeada örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 19-21.
391. Özdemir, Ü., Zaman, S. ve Sever, R. (2004). Rekreasyonel açıdan Ulukaya Şelalesi ve Kanyonu. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 9 (12), 209-221.
392. Özdiñç, İ.Y. (2004). Üniversite öğrencilerinin fast food tüketim alışkanlıkları ve tüketim noktası tercihlerini etkileyen faktörler. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi* 15 (1), 71-79.

393. Özdiçiner, N.S. (2009). Turistlerin satın alma kararlarındaki kültürel farklılıklar türk-alman karşılaştırması. *Ege Akademik Bakış*, 9 (4),1295-1311.
394. Özdoğan, F.B. ve Alkibay, S. (2007). Fonksiyonel olmayan tüketici davranışlarının kavramsal boyutu. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 156-168.
395. Özdoğan, O.N. (2004). Yeni Türk Lirası (YTL) ve turistik harcama eğilimlerine olası etkileri, Turizm endüstrisi çalışanlarının algılamalarına yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 1 (2), 5-14.
396. Özel, Ç.H. ve Kozak, N. (2012). Turizm pazarlaması alanının bibliyometrik profili (2000-2010) ve bir atıf analizi çalışması. *Türk Kütüphaneciliği*, 26 (4), 715-733.
397. Özer Sarı, F. (2011). Türkiye'de turistik ürün çeşitlendirmesine yönelik bir model önerisi, Sportif balık avı turu. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8 (2), 87-94.
398. Özer, H., Aktürk, E. ve Ulaş, B. (2006). Karayolu ile şehirlerarası yolcu taşımacılığında yolcu tercihlerinin analizi, Erzurum için bir uygulama. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (2), 27-40.
399. Özer, L. ve Gülpınar, S. (2005). Hizmet sektöründe tüketicilerin algıladıkları riskler, Havayolları sektöründe bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 49-65.
400. Özer, Ö. (2012). Destinasyon tercihinde pazarlama karması bileşenlerinin rolü: Dalyan örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 163-182.
401. Özer, Ö. ve Günaydın, Y. (2010). Otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati ilişkisi: Dört yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 127-154.
402. Özgen, N. (2012). Siirt'in inanç turizmi mekanları, Ziyaret (Veysel Karani) ve Tillo (Aydınlar) örneği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17 (27), 251-272.
403. Özgen, Ö. (2000). Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin genel seyahat motivasyonları ve tatmin olma durumları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (Eylül-Aralık), 22-34.
404. Özgüven, N. (2008). Hizmet pazarlamasında müşteri memnuniyeti ve ulaştırma sektörü üzerinde bir uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 651-682.
405. Özkan Tektaş, Ö. ve Kavak, B. (2010). Endüstriyel ürünlerin satın alınması sürecinde tedarikçi ile olan ilişki kalitesinin algılanan değer üzerindeki etkisi, beş yıldızlı otellerde bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (1), 51-63.
406. Özkan, E. ve Kubaş, A. (2012). Yıldız Dağlarında kırsal kalkınmada ekoturizm fırsatları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 149-153.
407. Özkök, F. ve Erdem, S.H. (2004). Turizmde katılımcı planlamanın sürdürülebilirlik açısından önemi. *Turizm Akademik Dergisi*, 2, 32-40.

408. Özkul, E. (2007). Müşteri ilişkileri yönetiminin otel işletmelerinde uygulanabilirliğine ilişkin bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 4 (1), 12-21.
409. Öztürk, İ., Yeşiltaş, M. ve Özel, G. (2009). Otel işletmelerinde yöneticilerin MİY (müşteri ilişkileri yönetimi) algılamaları, İstanbul'da faaliyet gösteren 5 yıldızlı otellere yönelik ampirik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6 (2), 41-49.
410. Öztürk, M. ve Bayat, M. (2011). Uluslararası turizm hareketlerinde sağlık turizminin rolü ve kalite çalışmalarının önemi bir literatür çalışması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 135-155.
411. Öztürk, S. Ay. (2000). Hizmet kalitesi ölçümünde yeni bir yaklaşım, Kritik olaylar tekniği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (Eylül-Aralık), 57-68.
412. Öztürk, Y. (1999). Uluslararası turizmin gelişmekte olan ülkeler açısından bir değerlendirmesi. *Pazarlama Dünyası*, 13 (73), 26-30.
413. Öztürk, Y. (2000). Alternative tourism as a development strategy in developing countries. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (4), 313-321.
414. Öztürk, Y. (2000). Gelişmekte olan ülkelerin turizm sektöründe kendilerini pazarlamada karşılaştıkları problemler. *Pazarlama Dünyası*, 14 (81), 24-26.
415. Öztürk, Y. (2000). Turistlerin tatil seçiminde karar verme aşamaları. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3, 1-13.
416. Öztürk, Y. (2001). Türkiye'ye seyahat edenlerin beklentileri odaklı pazar bölümlendirmesi üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Bahar (12), 44-56.
417. Öztürk, Y. (2002). Turistlerin Türkiye'ye ilk ve birden fazla ziyaret etme durumlarının bazı sosyo-ekonomik faktörler ile seyahat özelliklerine göre değişiminin analizi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13 (1), 27-32.
418. Öztürk, Y. ve Seyhan, K. (2005). Konaklama işletmelerinde sunulan hizmet kalitesinin servqual yöntemi ile ölçülmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (2), 170-182.
419. Öztürk, Y. ve Seyhan, K. (2005). Konaklama işletmelerinde sunulan hizmet kalitesinin artırılmasında işgören eğitiminin yeri ve önemi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 121-140.
420. Öztürk, Y. ve Seyhan, K. (2005). Turistlerin otel işletmelerinde sunulan hizmetlerden tatmin olma düzeyleri üzerine bir alan araştırması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 2 (1), 44-49.
421. Öztürk, Y. ve Tuna, M. (1999). Türkiye turizminin İngiliz pazarında kuvvetli ve zayıf yönleri üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (Mart-Haziran), 47-52.
422. Öztürk, Y. ve Yaylı, A. (2006). Bedensel engelliler seyahat pazarının yöneticiler açısından değerlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3 (2), 5-14.

423. Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
424. Öztürk, Y. ve Yeşiltaş, M. (1997). İngiliz tur operatörlerinin Türkiye’de seyahat düzenleme nedenleri? *Pazarlama Dünyası*, 11 (65), 15-17.
425. Öztürk, Y. ve Yeşiltaş, M. (1997). Türkiye’ye gelen İngiliz turistlerin profilini belirlemeye yönelik bir uygulama. *Pazarlama Dünyası*, 11 (66), 24-29.
426. Öztürk, Y. ve Yeşiltaş, M. (1998). Türkiye’yi ziyaret eden İngiliz turistlerin tatminini ölçmeye yönelik bir araştırma. *Pazarlama Dünyası*, 12 (67), 29-32.
427. Paşalı Taşoğlu, N. (2012). Mersin’in marka kent olma sürecinde liman ve serbest bölgeye ilişkin internet pazarlaması uygulamalarının rolü. *Ajit-e Bilişim Teknolojileri Akademik Dergisi*, 3 (6).
428. Pınar Tavmergen, İ. (2003). Restoran yönetimi ve pazarlamasında temel ilkeler ve başarı yöntemleri. *Pazarlama Dünyası*, 17 (4), 18-23.
429. Pınar, İ. (2005). İzmir ili için turizmin yeri ve geliştirme önerileri. *Yönetim ve Ekonomi*, 12 (1), 47-60.
430. Pınar, İ. (2005). Turizm işletmelerinde etkin yönetim ve çağdaş pazarlama. *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 20, (235-Ekim), 62-76.
431. Pirtini, S., Atalık, Ö. ve Aygün, G. (2006). Markaya yönelik iletişim ve marka değeri açısından tüketici tercihlerini etkileyen faktörlerin havayolu müşterileri üzerinde incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 27, 125-136.
432. Polyzos, S. ve Sdrolas, L. (2006). Strategic method of confrontation of tourist competition: The case of Greece. *Journal of Travel and Tourism Research*, 6 (1), 12-28.
433. Prayag, G. (2007). Exploring relationship between destination image and brand personality of a tourist destination: An application of projective techniques. *Journal of Travel and Tourism Research*, 7 (2), 111-130.
434. Rızaoğlu, B. (1991). Menü planlama ve geliştirmenin amaçları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (4), 20-24.
435. Ruhanen, L. (2010). Where’s the strategy in tourism strategic planning? Implications for sustainable tourism destination planning. *Journal of Travel and Tourism Research*, Bahar/Güz, 58-76.
436. Sağdıç, M. ve Bozyiğit, R. (2008). Köprü Çayı Havzası'nda alternatif turizm olanakları. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2), 19-41.
437. Saldıraner, Y. (1992). Havayolu pazarlaması üzerine bir inceleme. *Pazarlama Dünyası*, 35 (6), 13-21.

438. Sandıkçı, M. ve Gürpınar, K. (2008). Termal turizm işletmelerinde kür hizmetlerinin algılanan önemi, Ege Bölgesi'nde bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10 (1), 103-121.
439. Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta inanç turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2), 1-18.
440. Sarı, C. (2008). Antalya'nın alternatif turizm kaynakları, planlama yaklaşımları ve öneriler. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16, 12-45.
441. Sarı, C. (2010). Alanya ilçesinin alternatif turizm kaynakları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (1), 1-33.
442. Sarı, Y. (2010). Turizm talebi açısından web sitesi yapışkanlığı üzerine bir araştırma. *Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 35-49.
443. Sarı, Y. ve Kozak, M. (2004). Yabancı turistlerin interneti kullanma eğilimleri, Uluslar bazında bir karşılaştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15 (2), 169-183.
444. Sarı, Y. ve Kozak, M. (2005). Turizm işletmelerinde doğrudan pazarlama çabaları kapsamında bilgi teknolojilerinin kullanımı. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19 (1), 359-383.
445. Sarı, Y. ve Kozak, M. (2005). Turizm pazarlamasına internetin etkisi, Destinasyon web siteleri için bir model önerisi. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 9, 248-271.
446. Sarı, Y., Kılıçlar, A. ve Seçilmiş, C. (2011). Yüksek hızlı tren (YHT) yolcularının kişisel değişkenler açısından memnuniyet algılamalarının değerlendirilmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (2), 127-138.
447. Sarıışık, M. ve Özbay, G. (2006). Hızlı yiyecek (fast food) sunan işletmelerin tüketici profilinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Dergisi*, 41 (1), 99-112.
448. Sarıışık, M. ve Özbay, G. (2012). Elektronik ağızdan ağıza iletişim ve turizm endüstrisindeki uygulamalara ilişkin bir yazın incelemesi. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (16), 1-22.
449. Sarıışık, M. ve Özleyen, G. (2004). Yiyecek içecek işletmelerinde mönü planlamasının önemi ve bu süreçte yöneticilerin dikkat etmesi gereken konular, Kocaeli'nde bir alan araştırması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 1 (2), 40-47.
450. Sarıoğlu, M. (2011). Konaklama işletmelerinde tedarik zinciri yönetimi kapsamında tedarikçi seçim kriteri üzerine görgül bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (25), 239-253.
451. Sarkım, M. (2009). Turistik ürün çeşitlendirme politikalarında sürdürülebilirlik turizm kavramının rolü ve Antalya örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6 (1), 21-37.
452. Sayılır, A. ve Avcı, U. (2007). Comparison of tourists' and employees' evaluation regarding services. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8 (1), 81-91.

453. Sayılır, A. ve Emektar, E. (2003). Konaklama işletmelerinde tutundurma harcamaları doluluk oranı ilişkisi: Dalyan örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 2, 1-8.
454. Seçilmiş, C. (2009). Turistlerin kişisel değişkenlerinin güvenlik algılamalarındaki rolü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (30), 152-166.
455. Seçilmiş, C. (2011). Ziyaretçilerin gözüyle Eskişehir turizminin gelişmesini etkileyen sorunlar. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 37-57.
456. Seçilmiş, C. (2012). Termal turizm destinasyonlarından duyulan memnuniyet düzeyinin tekrar ziyaret niyetine etkisi: Sakarılıca örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (39), 231-250.
457. Seçilmiş, C. ve Sarı, Y. (2010). Türkiye'de illerin turizm gelişmişlik endeksinin oluşturulmasına yönelik bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (32), 117-132.
458. Seçilmiş, C. ve Ünlüönen, K. (2009). İstanbul'u ziyaret eden turistlerin güvenlik algılamaları üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 65-84.
459. Seçilmiş, C., Kaşlı, M., Kılıçlar, A. ve Sarı, Y. (2011). Demiryolu hizmetlerindeki kalitenin ödenen ücret açısından müşteri tatminine etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11 (4), 573-386.
460. Seferov, R. ve Hesenov, T. (2006). Azerbaycan'ın turizm potansiyeli ve turizm etkinliklerinin değerlendirilmesi. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 20, 255-272.
461. Selvi, M. S. (1997). Hizmet sektöründe turizm-kalite ilişkisi. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Şubat, 106-109.
462. Selvi, M. S. (2002). Kaplıca merkezlerinde devre mülk sistemi uygulaması ile ilgili bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 3 (2), 187-216.
463. Selvi, M. S. ve Ercan, F. (2006). Otel işletmelerinde müşteri sadakatinin değerlendirilmesi, İstanbul'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 159-188.
464. Selvi, M. S., Yıldırım Saçılık, M., Çevik, S. ve Cavlar, N. (2012). Devre mülk ve devre tatil sistemlerinde tüketici şikâyetlerine ilişkin bir içerik analizi. *TURAR*, 1 (2).
465. Selvi, M.S. (2002). Termal ürün pazarlamada tutundurma karması elemanlarının rolü, Termal bölgede devre mülk sistemi uygulayan işletmeler ile diğer termal otel işletmeleri açısından bir karşılaştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 17 (1), 95.104.
466. Selvi, M.S. ve Temeloğlu, E. (2008). Otel işletmelerinde markalaşmanın tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 8 (1), 93-120.
467. Sever, R. (2008). Polat mağarası ve turizm potansiyeli (Doğanşehir- Malatya). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19, 251-266.

468. Sevim, Ş. ve Sarıdaldı, E. (2009). Müşteri şikâyet eğilimlerinin değerlendirilmesi, Demiryolu ulaşımı üzerine bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25 (Aralık), 95-106.
469. Sevim, Ş. ve Sarıdaldı, E. (2009). Müşteri şikâyet yönetimi performansının değerlendirilmesi, TCDD 3. Bölge Müdürlüğü'nde bir uygulama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (22), 110-126.
470. Sevin, D. H. ve Arıkan, R. (1995). Turizmde Standardizasyon. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Mayıs, 48 (51), 84-91.
471. Sezer, İ. (2012). Turistik fonksiyonları ve yat turizmine etkileri açısından Didim yat limanı. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 103-124.
472. Sezgin, E. (1999). Bütünleşme girişimleri ve bilgi teknolojilerinin Türk seyahat işletmelerine etkisi üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (Mart-Haziran), 76-84.
473. Sezgin, M. ve Karaman, A. (2008). Turistik destinasyon çerçevesinde sürdürülebilir turizm yönetimi ve pazarlaması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 429-438.
474. Sezgin, M., Haşiloğlu, S. B. ve İnal, M. E. (2011). Müze pazarlamasında müşteri ilişkileri ve deneyimleri üzerine bir araştırma. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), 201-220.
475. Sezgin, M., Zerenler, M. ve Karaman, A. (2008). Otel işletmelerinin menü planlamasında yaratıcılık, yenilikçilik, girişimcilik faaliyetleri üzerine bir araştırma. *Sosyoekonomi*, 2 (Temmuz-Aralık), 127-142.
476. Shahrivar, R. B. (2011). Factors that influence tourist satisfaction. *Journal of Travel and Tourism Research*, Bahar/Güz, 61-79.
477. Soykan, F. (1999). Doğal çevre ve kırsal kültürle bütünleşen bir turizm türü, Kırsal turizm. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (Mart-Haziran), 67-75.
478. Soykan, F. (2000). Kırsal turizm ve Avrupa'da kazanılan deneyim. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (Eylül-Aralık), 21-33.
479. Soykan, F. (2003). Kırsal turizm ve Türkiye turizmi için önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-11.
480. Sökmen, A. (1999). Konaklama işletmelerinde iş özellikleri modeli yardımıyla hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik kavramsal bir inceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (Eylül-Aralık), 45-51.
481. Sökmen, A. ve Boylu, Y. (2001). Otel işletmeleri ve yöneticileri açısından etik kavramı ve uygulamaları, Ankara'da ampirik bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5, 147-168.
482. Suresh, S., Ganesan, P. ve Ravichandran, S. (2007). Behavioral segmentation of wellness clients. *Journal of Travel and Tourism Research*, 7 (2), 131-150.

483. Şafaklı, O. ve Erkut, Z. (2002). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde özel ilgi turizminin karşılaştırmalı üstünlüğü. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13 (1), 33-38.
484. Şahbaz, P.R., Akdu, U. ve Akdu, S. (2012). Türkiye'de medikal turizm uygulamaları; İstanbul ve Ankara Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (27), 267-296.
485. Şahbaz, R. P. ve Keskin, E. (2012). Tanıtım faaliyetlerinin turistik bölge seçimine etkisi, Kapadokya bölgesini ziyaret eden Japon turistlere yönelik bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4 (3), 97-117.
486. Şahbaz, R.P. (2008). Turistik tanıtımda alternatif bir yaklaşım, bölgesel tanıtım bir profil çalışması. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Dergisi*, 43 (2), 128-144.
487. Şahbaz, R.P. ve Akdu, U. (2010). Katılımcı turizm planlaması, Fethiye'de alan araştırması. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (23), 152-170.
488. Şahbaz, R.P. ve Kılıçlar, A. (2009). Filmlerin ve televizyon dizilerinin destinasyon imajına etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 31-52.
489. Şahin, B. (2011). Pazarlama faaliyetlerinde etik karar verme süreci: Seyahat acentesi çalışanları üzerinde bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8 (2), 73-86.
490. Şahin, F. (2011). Erzincan ilinin turizm potansiyeli ve ildeki ekoturizm uygulamaları. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22, 69-88.
491. Şahin, F.İ. ve Yazıcı, H. (2004). Coğrafi bir tanıtım: Erzincan Yıldırım Akbulut Kayak Turizm Merkezi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 9 (12), 325-343.
492. Şahin, G. (2006). Atatürk döneminde batıdaki olumsuz Türk ve Türkiye imajını düzeltme çabaları ve Türk Seyyahin Cemiyeti'nin bu konudaki çalışmaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (3), 137-159.
493. Şahin, T. (2012). Otel işletmelerine ait Web sitelerinin, Türkiye'de faaliyet gösterdikleri bölgelere göre değerlendirilmesi. *TURAR*, 1 (2).
494. Şen Demir, Ş. (2010). Çekici faktörlerin destinasyon seçimine etkisi, Dalyan örneği. *Ege Akademik Bakış*, 10 (3), 1041-1054.
495. Şen Demir, Ş. (2010). Tatil satınalma sürecinde itici faktörler, bilgi arama ve memnuniyet ilişkisi, yerli turistler üzerine bir araştırma. *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1 (4), 119-132.
496. Şen Demir, Ş. ve Kozak, M. (2011). Turizmde tüketici davranışları modeli oluşturan aşamalar arasındaki ilişki. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (1), 19-34.
497. Şener, B. (1992). Modern otel işletmelerinde planlama kavramı ve stratejik planlama. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 35-40.
498. Tan, A. (2004). Dinlenme tesislerinde hizmet pazarlaması ve müşteri tatmini. *Pazarlama Dünyası*, 18 (4), 35-38.

499. Tan, Ö. (2012). Kırsal Kalkınmada Turizmin Rolü ve İğneada'nın Turizm Potansiyeli. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 141-147.
500. Tandoğan, V. U. ve Avcı, E. (2012). Kuşadası'ndaki seyahat acentalarının İzmir'in inanç turizmi potansiyelini değerlendirme performansı üzerine bir uygulama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9 (2), 32-41.
501. Tandoğan, V. U. ve Çolakoğlu, O. E. (2008). Yat limanı yatırımlarının en iyi kuruluş yeri belirlenmesinde derecelendirme yöntemi ve Türkiye örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5 (1), 23-35.
502. Taner, B. (1996). Konaklama Endüstrisinde Kalitenin Arttırılmasında Hizmet Standartlarının ve Eğitimin Rolü. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi*, 1 (5), 91-93.
503. Taner, B. (1997). Konaklama işletmelerinde çalışanlarda hizmet kalitesi bilincinin değerlendirilmesi ve kaliteli bir hizmet yönetimine ilişkin öneriler. *Turizmde Seçme Makaleler*, Temmuz (28), 1-20.
504. Tanrısevdi, A. (2009). Türk özel ilgi gezginleri sansasyon arama özelliği sergilemekte midir. *Ege Akademik Bakış*, 9 (4), 1313-1340.
505. Tanrısevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003). Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında Kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 9-22.
506. Tanrısevdi, A. ve Çulha, O. (2010). Düşük fiyatlı havayolu taşımacılığı (DFHT) sektörünün genel özellikleri ve uygulanan pazarlama karmalarının yapısı: Türk DFHT firmaları üzerinde bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (33), 65-100.
507. Tanrıverdi, H. ve Oktay, K. (2001). Otel işletmelerinde işgören motivasyonuna yönelik bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 2, 55-74.
508. Tapur, T. (2009). Abanoz yaylası. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 473-487.
509. Tarakçıoğlu, S. (2001). İhracat yapan otel işletmelerinin özellikleri üzerine bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4, 183-195.
510. Tarakçıoğlu, S. ve Aydın, İ. (2003). Yunanistan, İtalya ve Mısır ülkelerinin Türkiye'de faaliyet gösteren A grubu seyahat acentaları tarafından algılanması, Ampirik bir uygulama. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 166-189.
511. Tarakçıoğlu, S. ve Tuncer, A. (2003). Türkiye'deki 3,4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin internet yoluyla pazarlama faaliyetleri üzerine bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 1, 11-30.
512. Taş, B. (2012). Afyonkarahisar ilinde termal turizmin gelişimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 139-152.

513. Taşlıgil, N. (1997). Karadeniz Bölgesi'nin Türkiye turizmindeki yeri. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi*, 1 (6), 159-166.
514. Taşlıyan, M. (2007). Turizm ve seyahat sektöründe çalışanların iş tatmini ile müşterilerin memnuniyeti arasındaki ilişki, Kahramanmaraş'ta bir alan çalışması. *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12 (9), 185-195.
515. Tavmergen, İ. (2000). Turizm pazarlaması, özellikleri ve stratejik seçenekler. *Pazarlama Dünyası*, 14 (79), 16-25.
516. Tavmergen, İ. (2000). Turizmde telefon ile pazarlama ve kullanım ilkeleri. *Pazarlama Dünyası*, 14 (80), 10-15.
517. Tayfun, A. ve Kara, D. (2007). Turizm işletme belgeli restoranlardan hizmet alan müşterilerin memnuniyet düzeyleri üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (21), 273-292.
518. Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2004). Tatil alışkanlıkları farklılık gösterir mi? Karşılaştırmalı bir araştırma. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Dergisi*, 144 (Nisan Mayıs Haziran), 38-48.
519. Tayfun, A. ve Tokmak, C. (2007). Tüketicilerin Türk usulü fastfood işletmelerini tercih etme sebepleri üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (22), 169-183.
520. Tayfun, A. ve Yıldırım, M. (2010). Turistlerin tüketim davranışları kültüre/milliyete göre farklılık gösterir mi? Alman ve Rus turistler üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 43-62.
521. Tayyar, N. ve Bektaş, Ç. (2009). Algılanan değer ve müşteri memnuniyetinin tekrar satın alma eğilimi üzerindeki etkileri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6 (2), 32-39.
522. Tek, M. (2009). Kamu yatırımlarında turizmin yeri, Türkiye turizm stratejisi 2023' te marka kentler projesi, Eleştirel bir değerlendirme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (2), 169-184.
523. Tekeli, İ. (1990). Kapadokya turizm ve geliştirme bölgesinde planlama üzerine düşünceler. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (4), 43-45.
524. Temiz, M. (2005). Turizmde kalite. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Haziran, 32-38.
525. Toker, B. (2007). İzmir ilinin ihtisas fuarları bakımından arz potansiyeli ve mevcut durumunun değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*, 7 (2), 421-443.
526. Topaloğlu, C. (2000). Çekirdek ürün ve destek hizmetlerin konaklama işletmelerinde genel görünümü. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Ekim, 88-93.
527. Topaloğlu, C. ve Kılıç, B. (2010). Turistik ürün çeşitlendirme ve ekoturizm kapsamında ekoparklar ve Köyceğiz Palmiye Merkezi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7 (3), 23-50.
528. Topay, M. ve Küçük, V. (2010). Termal ve maden suları tesislerinde peyzaj tasarımının önemi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 12 (17), 83-91.

529. Tosun, c. ve Bilim, Y. (2004). Şehirlerin turistik açıdan pazarlanması, Hatay örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15 (2), 125-138.
530. Tuncer, A. (1998). Türkiye'deki seyahat acentalarının paket tur faaliyetleri üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9 (Eylül-Aralık), 55-62.
531. Tunç, A. (1999). Turizm işletmelerinde toplam kalite yönetiminin uygulanabilirliği. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 135-149.
532. Tunç, A. (2003). Dünyadaki Türkiye imajının turizm sektörüne etkisi ve bir uygulama. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 38-54.
533. Tunç, A. ve Meydan Uygur, S. (2002). Güney Marmara ve İç Anadolu (A) grubu seyahat acentalarının pazarlama faaliyetleri hakkında ampirik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 1-14.
534. Tunç, A. ve Şahbaz, R.P. (1998). Türk turizminin gelişmesinde alternatif çözüm önerisi, Bölgesel tanıtım. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 57-69.
535. Tunçel, H. (1996). Develi ilçesinin turizm potansiyeli. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1), 341-360.
536. Tunçsiper, B. ve İlban, M.O. (2006). Turizm işletme belgeli otel işletmelerinin pazarlama sorunları, Balıkesir ilinde bir alan araştırması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 225-244.
537. Turoğlu, H. ve Özdemir, H. (2005). Bartın ilinin ekoturizm potansiyelinin belirlenmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 13, 97-116.
538. Tümbek, A.N. (2010). Bütünleşik pazarlama faaliyetleri ile turizmin ve yabancı yatırımın ilişkilendirilmesi. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi*, 9 (34), 173-194.
539. Türkoğlu, M., Gövdere, B. ve Meydan, Ç. (2005). Isparta İli turizminin Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (1), 29-38.
540. Türksoy, A. (1993). Turizm işletmelerinde imaj nasıl geliştirilir. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (4), 22-23.
541. Türksoy, A. ve Türksoy, S.S. (2010). Termal turizmin geliştirilmesi kapsamında Çeşme ilçesi termal kaynakların değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*, 10 (1), 699-725.
542. Tütüncü, Ö. (1999). Konaklama işletmelerinde ISO 9000 standartlar içinde satıcıların analizi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (Eylül-Aralık), 31-36.
543. Tütüncü, Ö. (2002). Seyahat acentelerinde iş tanımlama ölçeği kapsamında iş doyumunun ölçülmesi, İzmir ili uygulaması. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13 (2), 129-138.
544. Uca, A. (2012). Karaman'da kırsal turizmin örneği, Sertavul. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 71-75.

545. Uçkun, G. ve Çeltek, E. (2004). Niş Pazarlama ve Turizm Sektöründe Uygulanabilirliği. *İşgüç*, 6 (2).
546. Uçkun, G., Pelit, E. ve Türkay, O. (2004). İç turizmi canlandırmaya yönelik bir pazarlama önerisi, Erken rezervasyon. *Pazarlama Dünyası*, 18 (4), 48-51.
547. Uğurlu, H. ve Uğurlu, E.G. (2011). Uluslararası Eskişehir film festivali izleyici araştırması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 259-276.
548. Ukav, İ. (2012). Adıyaman'ın kırsal turizm potansiyeli. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 77-81.
549. Ulsan, Y. ve Batman, O. (2010). Alternatif turizm çeşitlerinin Konya turizmine etkisi üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 243-260.
550. Unur, K. ve Gök, D. K. (2012). Tüketicilerin tez yemek tüketme nedenleri, Mersin şehir merkezinde faaliyet gösteren yerel, ulusal, uluslararası zincir tez yemek işletme müşterileri örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (27), 357-387.
551. Unur, K. ve Kaya, D. (2010). Hızlı yiyecek (Fast Food) tüketicilerinin özellikleri ve tercihlerini etkileyen faktörler, Mersin örneği. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2), 105-124.
552. Unur, K., Çakıcı, A.C. ve Taştan, H. (2010). Paket turlardaki müşteri şikâyetleri ve seyahat acentalarının bu şikâyetlerle karşılaşma sıklıkları üzerine bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (3), 391-408.
553. Unur, K., Çakıcı, A.C. ve Taştan, H. (2010). Seyahat acentalarında uygulanmakta olan müşteri şikâyet çözüm türleri üzerine bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (24), 227-240.
554. Uygur, S. (2001). Otelde konaklayan tüketicilerin algılama sonuçlarına göre Ankara'da bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerinin algılama haritalarının düzenlenmesi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4, 122-137.
555. Uzun, S., Uzun, A., Yılmaz, C. ve Zeybek, H. (2005). Erfelek Çağlayanları: Sinop. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 10 (14), 331-348.
556. Ülger, G. (2004). Turizm Sektöründe standart oluşturma çabaları ve küresel turizmde etik ilkeleri. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, Ekim, 84-90.
557. Üner, M. (1994). Hizmet pazarlamasında pazarlama karması elemanları değişiklik gösterir mi? *Pazarlama Dünyası*, 8 (43), 2-11.
558. Üner, M. M. (1994). Konaklama işletmeleri için uluslararasılaşma yolları. *Pazarlama Dünyası*, 8 (46), 13-22.
559. Üner, M. M., Güçer, E. ve Taşçı, A. (2006). Türkiye turizmde yükselen destinasyon olarak İstanbul şehrinin imajı. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (2), 189-201.

560. Üner, M. M., Sökmen, A. ve Birkan, i. (2006). Türkiye'de her şey dâhil uygulamasının konaklama işletmeleri üzerindeki etkisi, Antalya örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 35-50.
561. Üner, M. M. (1998). Otel işletmelerinde stratejik pazarlama planlamasında kullanılabilecek görsel bir araç, Algılama haritaları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9 (Eylül-Aralık), 17-25.
562. Üner, M. M. (1999). İhracat pazarlaması literatürünün, uluslararası konaklama hizmetleri pazarlaması literatürüne uyarlanması üzerine bir inceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (Mart-Haziran), 9-16.
563. Üner, M. M. ve Kayaman, R. (2001). Türkiye'de etkin bir turizm teşvik ve geliştirme sisteminin temelleri üzerine davranışsal bir deneme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Güz (12), 101-118.
564. Üner, M. M., Sökmen, A. ve Güler, D. (2007). Her şey dâhil sisteminde farklı uygulamalar ve Antalya ölçeğinde bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 53-63.
565. Üngören, E., Algür, S. ve Doğan H. (2009). Konaklama ve seyahat acentaları yöneticilerinin her şey dâhil sistemine yönelik tutumları: Antalya örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11 (17), 95-112.
566. Ünlüönen, K. ve Çimen, H. (2011). Destinasyon kalitesi: İkinci konut sakinleri örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (35), 353-369.
567. Ünlüönen, K. ve Tokmak, C. (2009). Topkapı Sarayı'na gelen ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algılamaları. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 24-46.
568. Ünüvar, Ş. ve Başoda, A. (2012). Algılanan hizmet verme yatkınlığının müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi: Konaklama işletmelerinde bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9 (1), 46-64.
569. Varinli, İ. (2004). Hizmet işletmelerinde çalışanların etik olmayan davranışlara ilişkin değerlendirmeleri otel işletmelerinde bir uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 4 (1), 44-53.
570. Varlı Görk, R. (2010). Nedir şu Yeşilçam'ın meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın yeniden yapılandırılması sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin metalaştırılması. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 20, 1-40.
571. Yağcı, M. İ., Koçak, G. N. ve Duman, T. (2004). Turizm sektöründe müşterilerin algıladıkları parasal olmayan bedellere ilişkin niteliksel bir araştırma. *Pazarlama Dünyası*, 18 (4), 42- 47.
572. Yağcı, Ö. (2010). Turizmde plan-politika yaklaşımları ve Türkiye turizmi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7 (1), 29-37.
573. Yakut Ayman, Ş. (2011). Yerli turistlerin internet ortamındaki şikâyetlerinin satın alma kararlarına etkileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (25), 218-238.

574. Yapraklı, Ş. ve Sağlık, E. (2010). Hizmet işletmelerinde rekabet aracı olarak hizmet kalitesi ve ilişki kalitesi, Konaklama işletmelerinde bir uygulama. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi*, 9 (34), 71-85.
575. Yarcın, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 33-44.
576. Yavuz, M. C., ve Karabağ, S.F. (2006). Harcama tabanlı pazar bölümlendirme, Festival ziyaretçileri üzerine bir logit analizi uygulaması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (1), 427-436.
577. Yavuzaslanoğlu, E. ve Yavuz, M. (2012). Karaman'ın tarım turizmi yönünden potansiyeli. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 31-33.
578. Yaylalı, M. ve Dilek, . (2009). Erzurum'da yolcuların havayolu ulaşım tercihlerini etkileyen faktörlerin tespiti. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 26 (1), 1-21.
579. Yaylı, A. (2000). Doğrudan pazarlama aracı olarak internet: Konaklama işletmeciliği örneği. *Pazarlama Dünyası*, 14 (79), 36-40.
580. Yaylı, A. ve Bayram, M. (2009). Web tabanlı destinasyon pazarlaması, il kültür ve turizm müdürlükleri için bir model önerisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6 (1), 1-20.
581. Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 87-97.
582. Yaylı, A. ve Yayla, İ. (2012). Turistlerin her şey dâhil sistemini tercih etme nedenleri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 143-162.
583. Yaylı, A., Şahbaz, R.P. ve Alabay, N. (2009). Web tabanlı ülkelerarası ortak destinasyon pazarlama stratejisi, Türkiye için bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6 (3), 1-25.
584. Yazgan, Ş. ve Kadanalı, E. (2012). Ağrı ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 5-10.
585. Yazıcıoğlu, İ. ve Boylu, Y. (2003). Dünya turizm örgütünün belirlediği etik kodları ve bu kodların Türkiye'de uygulanmasına ilişkin bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 2, 41-57.
586. Yazıcıoğlu, İ. ve Sökmen, A. (2007). Otel işletmelerinin yiyecek içecek departmanlarında görev yapan işgörenlerin tatmin düzeylerinin değerlendirilmesi, Adana'da bir uygulama. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (Bahar), 73-98.

587. Yeşil, P., Yeşil, M. ve Yılmaz, H. (2008). Jeolojik miras alanlarının alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesi: Ballica Mağarası örneği. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 39 (2), 241-248.
588. Yeşiltaş, M., Cankül, D. ve Temizkan, R. (2012). Otel seçiminde dini hayat tarzlarının etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(39), 193-217.
589. Yeşiltaş, M., Çeken, H. ve Öztürk, İ. (2009). Karadeniz bölgesindeki turizm olanaklarının swot analizi ile değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (3), 250-269.
590. Yıldırım, A. ve Karadoğan, S. (2010). Derik (Mardin) güneyinde korunması gereken jeolojik-jeomorfolojik bir doğal miras: Kuşçu Krateri. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14, 119-133.
591. Yıldırım, K., Akalın, A. ve Çağatay, K. (2008). Otel yatak odalarının iç mekân tasarımının kullanıcıların algı-davranışsal performansı üzerine etkisi. *Politeknik Dergisi*, 11 (2), 175-185.
592. Yıldız, Kale, E. ve Sahilli Birdir, S. (2010). Otel işletmelerinde yenilikçi hizmetler. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7 (2), 30-40.
593. Yıldız, S. ve Doğan, H. (2011). Turistlerin Alanya Kalesi'ne ilişkin algı ve değerlendirmelerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (21), 119-124.
594. Yılmaz, H. ve Özkan, M. B. (1994). Rekreasyonel turizm örneğinde Erzurum Palandöken Dağının önemi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 25 (1), 110-117.
595. Yılmaz, H. ve Yolal, M. (2008). Film turizmi, Destinasyonların pazarlanmasında filmlerin rolü. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1), 175-192.
596. Yılmaz, H., Yılmaz, S. ve Demircioğlu Yıldız, N. (2003). Kars kent halkının rekreasyonel talep ve eğilimlerinin belirlenmesi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 34 (4), 353-360.
597. Yılmaz, İ. (2007). Hizmet kalitesinin ölçülmesi, İzmir'deki üç, dört ve beş yıldızlı otellerde bir uygulama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 4 (2), 16-24.
598. Yılmaz, İ. (2011). Müze ziyaretçilerinin hizmet kalitesi algılamaları, Göreme Açık Hava Müzesi örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (2), 183-193.
599. Yılmaz, R. (2006). Saroz Körfezi'nin turizm ve rekreasyonel kullanım potansiyeli üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, Seri A (1), 124-135.
600. Yılmaz, S. (2004). Serçeme Vadisi'nin rekreasyonel kullanım potansiyelinin belirlenmesi. *Ekoloji*, 13 (51), 1-6.
601. Yiğit, A. (1994). Hazar Gölü'nün turizm potansiyeli ve bugünkü kullanım durumu. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (1-2), 289-312.

602. Yurtseven, H.R. ve Can, E. (2002). Gökçeada'daki turizm çekiciliklerinin imajı, İlk kez ve birden fazla gelen turistler açısından karşılaştırmalı bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13 (2), 148-154.
603. Yurtseven, H.R. ve Dönmez, D. (2003). Örgütsel etkinlik kriteri olarak müşteri tatmini, örgüt ve müşteri boyutlarıyla karşılaştırmalı bir pilot araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (2), 132-140.
604. Yüksel, A. (2004). Otel müşterilerinin şikâyet davranışları, Kültürlerarası farklar ve benzerlikler. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 1 (1), 18-23.
605. Yüksel, A. ve Kılınç, U. (2003). Müşterilerin şikâyet çözümüne yönelik konaklama işletmelerinden beklentileri ve değişik müşteri grupları arasındaki beklenti farklılıkları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 23-32.
606. Yüksel, A. ve Kılınç, U.K. (2003). Konaklama işletmelerinde yetkilendirme ve şikâyet sonrası müşteri davranışları üzerine etkisi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (2), 107-118.
607. Yüksel, A., Kılınç, U.K. ve Yüksel, F. (2004). Türk ve Hollandalı otel müşterilerinin şikâyet davranışları, Farklar ve benzerlikler. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 1 (2), 15-22.
608. Yüksel, A., Yılmaz, A.İ., Yüksel, F. ve Kayacan, M. (2011). Tanıtım materyalleri ve çekicilikler, Türkiye, İspanya ve Yunanistan karşılaştırması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8 (2), 74-85.
609. Yüksel, F. ve Bilim, Y. (2009). Interactions between visual appeals, holiday motivations, destination personality and the self-image, Implications for destination advertising. *Journal of Travel and Tourism Research*, Bahar/Güz, 75-104.
610. Yüksel, S. (1997). Interaktif televizyonların turizm pazarlamasına getireceği yeniliklere hazır mısınız? *Pazarlama Dünyası*, 11 (63), 24-29.
611. Yüksel, S. ve Tayfun, A. (2003). Turistik amaçlı bölgesel tanıtımda baskı gruplarının koordinasyonu ve lobi faaliyetleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 146-165.
612. Yüksel, Ü. (2002). Türk turizminin temel sorunu: Hizmet kalitesi. *Pazarlama Dünyası*, 16 (3-93), 38-48.
613. Yükselen, C. (1992). Hatay'ın turizm potansiyelinin değerlendirilmesinde turizm pazarlama anlayışının rolü. *Pazarlama Dünyası*, 35 (6), 8-12.
614. Zaman, M. (2005). Türkiye'nin önemli inanç turizmi merkezlerinden biri, Sümela (Meryamana) Manastırı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2), 1-24.
615. Zaman, M. (2008). Fırtına Deresi Havzası ve Kaçkar Dağları Milli Parkı'nın alternatif turizm açısından önemi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (2), 1-33.
616. Zaman, M. Şahin, İ. F. ve Birinci, S. (2011). Çal Mağarası (Düzköy Trabzon) ve çevresinin ekoturizm potansiyeli açısından önemi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16 (26), 1-24.

617. Zaman, M. ve Birinci, S. (2009). Kaçkar Dağları'nda alternatif bir turizm aktivitesi: Heliski (Dağ Kayağı). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (2), 33-46.
618. Zaman, M., Şahin, İ. F. ve Bayram, N. (2007). Doğu Karadeniz'de alternatif bir turizm merkezi: Kümbet Yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12 (17), 33-66.
619. Zengin, B. (1996). Turizm coğrafyasının turistik ürün ve talebe etkileri. *Turizmde Seçme Makaleler*, Nisan (25), 45-56.
620. Zengin, B. ve Gümüş, İ. (1999). Konaklama işletmelerindeki müşteri ilişkilerinde iletişimin önemi ve bir uygulama örneği. *Turizmde Seçme Makaleler*, Temmuz (32), 9-13.
621. Zengin, B. ve Gümüş, İ. (2000). Konaklama işletmelerindeki müşteri ilişkilerinde iletişimin önemi ve bir uygulama örneği. *Pazarlama Dünyası*, 14 (82), Eylül-Ekim, 36-38.
622. Zengin, B. ve Öztürk, İ. (2010). Konaklama işletmelerinde dış müşteri tatmininin ilişkisel pazarlama bağlamında incelenmesi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5 (2), 117-131.
623. Zengin, B. ve Şen, L. M. (2006). Seyahat acentelerinin pazarlama faaliyetlerinde karşılaşılan etik sorunlar ve çözüm önerileri. *Pazarlama Dünyası*, 20 (5), 54-63.
624. Zengin, H. (1996). Türkiye'de yabancı turist talebini belirleyen faktörler. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 163-174.
625. Zengin, M. (2008). Ardahan ilinin turizm ve rekreasyonel kullanımları açısından reliyef potansiyelinin belirlenmesi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 39 (2), 167-104.
626. Zeybek, H. İ. (2003). Akdağ'ın (tokat) doğal ortam özellikleri ve turizm potansiyeli. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 8 (9), 119-142.
627. Zeyrek, A. N. (2008). Besni'de alternatif turizm potansiyeli. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2), 451-466.