

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Public Relations in Sports / Public Relations in Sports	
Ders Kodu / Course Code	OSPY168	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	2.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Ön koşul olan ders yoktur.	There is no prerequisite course.
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı spor işletmeciliğinde halkla ilişkiler olgusunu ayrıntılı bir şekilde konu etmektir. Bu bağlamda ders kapsamında halkla ilişkiler kavramı, amaçları, tarihsel gelişimi, modelleri, yönetsel bir fonksiyon olarak önemi, süreç olarak işleyişi kapsamında ele alınmakla birlikte; spor işletmeciliğinde halkla ilişkiler olgusu örnek olay çözümleme yöntemini kullanılarak mercek altına yatırılmaktadır.	The aim of this course is to give a detailed topic of public relations in sports business. In this context, the concept of public relations, its aims, historical development, models, its importance as a managerial function and its functioning as a process are discussed within the scope of the course. The phenomenon of public relations in sports business is put under the focus by using case study analysis method.
İçeriği / Content	Halkla İlişkiler, Spor İşletmeciliğinde Halkla İlişkiler, Spor İşletmeciliğinde Halkla İlişkiler Olgusuna İlişkin Örnek Olay Çözümlenmeleri	Case Studies on Public Relations, Public Relations in Sports Business, Public Relations in Sports Management
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Öğrenciler bu ders için önerilen kaynaklarla birlikte konular ile ilgili makale ve meslek örgütleri tarafından çıkarılan dergileri takip edebilir.	Students can follow articles and journals published by professional organizations along with the resources recommended for this course.
Staj Durumu / Internship Status		
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Sporda halkla ilişkiler Yazar: Ali YILDIRIM Yayın evi : Umuttepe yayın evi	Public relations in sports Author: Ali YILDIRIM Publishing house: Umuttepe publishing house
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Döndü Toker	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Halkla ilişkiler kavramı ve süreci hakkında farkındalık geliştirme ve bilgi sahibi olma	Developing awareness and knowledge about the concept of public relations and its process
2	Spor işletmeciliğinde halkla ilişkiler olgusu hakkında farkındalık geliştirme ve bilgi sahibi olma.	To develop awareness and have knowledge about public relations in sports business.
3	Sporda halkla ilişkilerin önemi kavrayabilme.	To understand the importance of public relations in sports.
4	Özel spor işletmelerinde Sporda halkla ilişkiler ve pazarlama kavramı arasında ilişki kurabilme	To be able to establish a relationship between public relations in sports and the concept of marketing in private sports businesses
5	Spor yöneticisi olarak sporda halkla ilişkiler kavramı ile reklam ilişkisini kurabilme	Being able to establish the relationship between public relations and advertisement in sports as a sports manager
6	Spor yöneticisi olarak sporda halkla ilişkiler kavramı ile sponsorluk arasındaki ilişkiyi kurabilme	Establishing the relationship between the concept of public relations in sports and sponsorship as a sports manager
7	Spor yöneticisi olarak sporda halkla ilişkiler kavramı ile medya ilişkisini sağlıklı şekilde kurabilme	Being able to establish a healthy relationship between the concept of public relations in sports and media as a sports manager
8	Sporda halkla ilişkilerde kullanılan iletişim araçlarını kullanabilme	To be able to use communication tools used in public relations in sports
9	Sporda halkla ilişkiler çalışmalarında hedef kitle ile sağlıklı iletişim kurma becerisinin önemini bilme	To know the importance of healthy communication with the target audience in public relations activities in sports
10	Halkla ilişkilerin temel amaç ve ilkelerini kavrayabilme	Understanding the basic goals and principles of public relations
11	Spor işletmelerinde halkla ilişkiler çalışmalarının planlanması ve sağlıklı şekilde sürdürülebilme ve bu aşamaların önemi kavrayabilme.	Planning and maintaining public relations activities in sports businesses and understanding the importance of these stages.
12	Sporda halkla ilişkilerin çalışma aşamaları ile ilgili olarak fikir yürütme ve bu aşamaları kavrayabilme	To be able to think about the working stages of public relations in sports and to comprehend these stages.
13	Spor işletmeleri açısından halkla ilişkilerin türleri arasında analiz yapabilme	Being able to analyze the types of public relations in terms of sports enterprise
14	Spor işletmelerinde halkla ilişkiler birimi görevleri işlevi hakkında fikir yürütebilme	To be able to think about the function of public relations unit in sports enterprises
15	Spor işletmelerinde halkla ilişkiler ve hedef kitle üzerine yapılacak stratejik düşünme ve plan yapabilme fikrine sahip olma	Having the idea of making strategic thinking and planning on public relations and target audience in sports businesses

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Sporda halka ilişkiler kavramı, önemi ve amacı.				
	Public relations concept, importance and purpose in sports				
2	2.Sporda Halkla ilişkilerin temel özellikleri				
	2. Basic features of public relations in sports				
3	3.Halkla ilişkileri insan ilişkisi, Halkla ilişkileri pazarlama ilişkisi				
	3.Public relations human relations, public relations marketing relationship				
4	4.Halkla ilişkileri Sponsorluk ilişkisi, Halkla ilişkileri reklam ilişkisi				
	4. Public relations Sponsorship relationship, Public relations advertising relationship				
5	5.Sporda Halkla ilişkilerin temel ilkeleri				
	5. Basic principles of public relations in sports				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	6.Spor işletmeleri açısından halkla ilişkiler				
	6. Public relations in terms of sports enterprises				
7	7.Halka ilişkiler ve pazarlama arasındaki ilişkiyi gösteren modeller				
	7.Models showing the relationship between public relations and marketing				
8	Ara sınav				
	midterm exam				
9	9.Halkla ilişkilerde kullanılan tanıtım araçları				
	9.Promotional tools used in public relations				
10	10.Sporda Halkla ilişkilerin çalışma aşamaları				
	10. Working stages of public relations in sports				
11	11.Spor işletmelerinde halkla ilişkiler faaliyetleri				
	11. Public relations activities in sports enterprises				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	12.Spor işletmelerinde halkla ilişkiler türleri				
	12. Types of public relations in sports businesses				
13	13.Spor işletmelerinde halkla ilişkilerde sponsorluk arasındaki ilişkinin analizi				
	13. Analysis of the relationship between sponsorship in public relations in sports businesses				
14	14.Spor işletmelerinde halkla ilişkiler spor sponsorluğu				
	14. Public relations sports sponsorship in sports businesses				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

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

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

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

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	35.00	35.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	35.00	35.00
Okuma / Reading	1	50.00	50.00
Toplam / Total:	5	122.00	122.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 122.00/25.00 = 4.88 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 122.00 / 25.00 = 4.88 ~

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.Halkla ilişkiler kavramı ve süreci hakkında farkındalık geliştirme ve bilgi sahibi olma / Developing awareness and knowledge about the concept of public relations and its process	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2.Spor işletmeciliğinde halkla ilişkiler olgusu hakkında farkındalık geliştirme ve bilgi sahibi olma. / To develop awareness and have knowledge about public relations in sports business.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3.Sporda halkla ilişkilerin önemi kavrayabilme. / To understand the importance of public relations in sports.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4.Özel spor işletmelerinde Sporda halkla ilişkiler ve pazarlama kavramı arasında ilişki kurabilme / To be able to establish a relationship between public relations in sports and the concept of marketing in private sports businesses	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5.Spor yöneticisi olarak sporda halkla ilişkiler kavramı ile reklam ilişkisini kurabilme / Being able to establish the relationship between public relations and advertisement in sports as a sports manager	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6.Spor yöneticisi olarak sporda halkla ilişkiler kavramı ile sponsorluk arasındaki ilişkiyi kurabilme / Establishing the relationship between the concept of public relations in sports and sponsorship as a sports manager	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

7.Spor yöneticisi olarak sporda halkla ilişkiler kavramı ile medya ilişkisini sağlıklı şekilde kurabilme / Being able to establish a healthy relationship between the concept of public relations in sports and media as a sports manager	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8.Spor da halka ilişkilerde kullanılan iletişim araçlarını kullanabilme / To be able to use communication tools used in public relations in sports	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9.Spor da halkla ilişkiler çalışmalarında hedef kitle ile sağlıklı iletişim kurma becerisinin önemini bilme / To know the importance of healthy communication with the target audience in public relations activities in sports	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10.Halkla ilişkilerin temel amaç ve ilkelerini kavrayabilme / Understanding the basic goals and principles of public relations	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11.Spor işletmelerinde halkla ilişkiler çalışmalarının planlanması ve sağlıklı şekilde sürdürülebilme ve bu aşamaların önemi kavrayabilme. / Planning and maintaining public relations activities in sports businesses and understanding the importance of these stages.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12.Spor da halkla ilişkilerin çalışma aşamaları ile ilgili olarak fikir yürütme ve bu aşamaları kavrayabilme / To be able to think about the working stages of public relations in sports and to comprehend these stages.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

13.Spor işletmeleri açısından halkla ilişkilerin türleri arasında analiz yapabilme / Being able to analyze the types of public relations in terms of sports enterprise	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14.Spor işletmelerinde halkla ilişkiler birimi görevleri işlevi hakkında fikir yürütebilme / To be able to think about the function of public relations unit in sports enterprises	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15.Spor işletmelerinde halkla ilişkiler ve hedef kitle üzerine yapılacak stratejik düşünme ve plan yapabilme fikrine sahip olma / Having the idea of making strategic thinking and planning on public relations and target audience in sports businesses	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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