

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Sports Marketing / Sports Marketing	
Ders Kodu / Course Code	OSPY271	
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	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı öğrencilerin; temel pazarlama kavramlarını spor endüstrisi içerisinde yer alan tüm organizasyonlarda etkin olarak uygulayabilmelerini sağlamaktır.	The aim of this course is for students to; To ensure that they can effectively apply basic marketing concepts in all organizations within the sports industry.
İçeriği / Content	Spor pazarlamasının kendine özgü özellikleri, spor pazarlaması yönetim süreci, spor tüketicileri, spor pazarlaması araştırması, spor ürünü tasarlamak ve geliştirmek ve bu değişim sürecine yönelik fiyat, tutundurma ve dağıtım bileşenlerini organize etmek	Specific features of sports marketing, sports marketing management process, sports consumers, sports marketing research, designing and developing sports products and organizing price, promotion and distribution components for this change process.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Öğrenciler bu ders için önerilen kaynaklarla birlikte spor ile ilgili makale ve meslek örgütleri tarafından çıkarılan dergileri takip edebilir.	Students can follow sports-related articles and journals published by professional organizations along with the resources recommended for this course.
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ders için öğrencilerin ders kitabı satın almasına gerek yoktur. İlgili tüm materyal, dönem başında ve ilgili derslerde öğretim görevlisi tarafından öğrencilere dağıtılacaktır. Ancak, sınavlarda faydalı olacağı düşüncesiyle, öğrencilerin not tutmaları önerilir. Mutlaka bir kitap satın almayı tercih edenler aşağıdaki kitapları değerlendirebilirler. 1-Lagee W. (2005) Sport Sponsorship and Marketing Communications. A European Perspective. Prentice Hall, London. Stotlar D.K.(2001) Developing Successful Sport Sponsorship Plans. Fitness Information Technology., Morgantown 2- Soyer F (2003). Sporda Sponsorluk Kavramı, Kapsam ve Bir Araştırma. Ankara: Gazi Kitabevi.	Students do not need to purchase a textbook for the course. All relevant material will be distributed to the students by the lecturer at the beginning of the term and in the relevant courses. However, it is recommended that students take notes as it will be useful in exams. Those who definitely prefer to buy a book can evaluate the following books. 1-Lagee W. (2005) Sport Sponsorship and Marketing Communications. A European Perspective. Prentice Hall, London. Stotlar D.K.(2001) Developing Successful Sport Sponsorship Plans. Fitness Information Technology., Morgantown 2- Soyer F (2003). Sporda Sponsorluk Kavramı, Kapsam ve Bir Araştırma. Ankara: Gazi Kitabevi.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr.Öğr.Üyesi Selman ÇUTUK	

## ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Spor pazarlamasını farklı kılan özellikleri kavramak	Understanding the features that make sports marketing different
2	Spor pazarlaması yönetimini anlamak	Understanding the decision-making process of sports consumers
3	Spor tüketicilerinin karar verme sürecini anlamak	Understanding the decision-making process of sports consumers
4	Spor pazarlamasına yönelik araştırma tasarlayabilmek ve yürütebilmek	Understanding the decision-making process of sports consumers
5	Spor ürünü yaratabilmek ve geliştirebilmek	Ability to create and develop sports products

## HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Spor Pazarlamasının Doğası	Teorik			
	Nature Of Sports Marketing				
2	Sporda Pazarlama Yönetimi	Teorik			
	Marketing Management In Sports				
3	Sporda Tüketici Davranış	Teorik			
	Consumer Behaviour In Sport				
4	Spor Pazarlamasında Araştırmanın Rolü	Teorik			
	Role Of Research In Sports Marketing				
5	Spor Ürünü	Teorik			
	Sports Product				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Sporda Fiyatlandırma Stratejileri	Teorik			
	Pricing Strategies In Sports				
7	Sporda Tutundurma	Teorik			
	Promotion In Sport				
8	Ara Sınav	Teorik			
	Midterm Exam				
9	Satış: Yönetimi ve Uygulamalar	Teorik			
	Sales: management and applications				
10	Spor Pazarlamasında Halkla İlişkiler	Teorik			
	Public Relations In Sports Marketing				
11	Pazarlama Karmasının Koordinasyonu ve Kontrolü	Teorik			
	Coordination and control of marketing mix				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Pazarlama Karmasının Koordinasyonu ve Kontrolü	Teorik			
	Coordination and control of marketing mix				
13	Sporda sponsorluk	Teorik			
	Sponsorship in sport				
14	Dönem Projesi Sunumu	Teorik			
	Presentation Of Term Project				
15	Final sınavı	Teorik			
	Final exam				

## 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(%):		30
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(%):		70
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	15.00	15.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	25.00	25.00
Final Sınavı / Final Examination	1	35.00	35.00
Takım/Grup Çalışması / Team/Group Work	1	25.00	25.00
Bireysel Çalışma / Self Study	1	15.00	15.00
Toplam / Total:	5	115.00	115.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 115.00/25.00 = 4.60 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 115.00 / 25.00 = 4.60 ~			

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.Spor pazarlamasını farklı kılan özellikleri kavramak / Understanding the features that make sports marketing different	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
2.Spor pazarlaması yönetimini anlamak / Understanding the decision-making process of sports consumers	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
3.Spor tüketicilerinin karar verme sürecini anlamak / Understanding the decision-making process of sports consumers	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
4.Spor pazarlamasına yönelik araştırma tasarlayabilmek ve yürütebilmek / Understanding the decision-making process of sports consumers	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5.Spor ürünü yaratabilmek ve geliştirebilmek / Ability to create and develop sports products	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

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