

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Sport Marketing / Sport Marketing	
Ders Kodu / Course Code	EREK302	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	YOK	NONE
Amacı / Purpose	Spor pazarlamasının gelişimi, özellikleri, yönetimi ve uygulamalarının kontrolünü, denetimine yönelik öğrenci becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.	It is aimed to develop student skills for the control and control of the development, features, management and applications of sports marketing.
İçeriği / Content	Spor pazarlarının analizi, sporda tüketim ve tüketici kavramı, spor tüketicisinin davranışları, bölümlere, hedefleme ve konumlama, ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma, medya kullanımına yönelik stratejileri.	Analysis of sports markets, consumption and consumer concept in sports, behavior of sports consumer, segmentation, targeting and positioning, product, price, distribution, promotion, media usage strategies.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status	YOK	NONE
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	1-Shilburry, D., Westerbeek, H., Quick, S., Funk D. (2009). Strategic Sport Marketing, third edition. Singapore: Allen & Unwin.2-Mullin, B.J., Hardy, S., Sutton, W.A. (2000). Sport Marketing. USA: Human Kinetics.3-Argan, M., Katırcı, H. (2002). Spor Pazarlaması, 2. Baskı. Ankara: Nobel Yayınları.	1- Shilburry, D., Westerbeek, H., Quick, S., Funk D. (2009). Strategic Sport Marketing, third edition. Singapore: Allen & Unwin. 2- Mullin, B.J., Hardy, S., Sutton, W.A. (2000). Sport Marketing. USA: Human Kinetics. 3- Argan, M., Katırcı, H. (2002). Sports Marketing, 2nd Edition. Ankara: Nobel Publications.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr.Öğr.Üyesi Selçuk Mete YAZICI	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	1. Spor ve pazarlama kavramlarını ilişkilendirebilme	1. To associate the concepts of sport and marketing
2	2. Spor pazarlarının yapısı ve özelliklerini tanımlayabilme	2. To be able to define the structure and characteristics of sports markets
3	3. Spor pazarlaması karmasının özelliklerini ve uygulama biçimlerini kavrayabilme	3. To be able to comprehend the features and application forms of the sports marketing mix
4	4. Spor pazarlama karması geliştirebilme	4. Ability to develop a sports marketing mix

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama ile ilgili temel kavramlar; pazarlamanın gelişim aşamaları; pazarlama fonksiyonlar				
	Basic concepts of marketing; development stages of marketing; marketing functions				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlamada karar verme; pazarlama planlaması; pazarlama yönetim süreci; pazarlamanın çevre koşulları; işletme içi ve dışı koşullar; genel çevre koşulları; satın alma davranışları				
	Decision making in marketing; marketing planning; marketing management process; environment of marketing conditions; internal and external conditions; general environmental conditions; buying behavior				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hedef pazar kararları; pazarlama karma elemanlarına ilişkin kararlar; ürün kararları, fiyat kararları, dağıtım kararları, tutundurma kararları				
	Target market decisions; decisions regarding marketing mix elements; product decisions, price decisions, distribution decisions, promotion decisions				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ve sponsorluk				
	Advertising and sponsorship				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama faaliyetlerinin denetimi, pazarlama anlayışında gelişmeler, modern pazarlama anlayışının unsurları				
	Supervision of marketing activities, developments in marketing understanding, modern marketing Elements of understanding				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sporda Fiyatlandırma Stratejileri				
	Pricing Strategies in Sports				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Rekabetçi pazarlama stratejileri, tüketici davranışları				
	Competitive marketing strategies, consumer behavior				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	ARA SINAV				
	MIDTERM				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Spor Pazarlamasında Halkla İlişkiler				
	Public Relations in Sports Marketing				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sporda Tutundurma				
	Promotion in Sports				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal pazarlama açısından spor pazarlaması, spor hizmetlerinin özellikleri				
	Sports marketing in terms of social marketing, features of sports services				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Spor talebine etki eden faktörler				
	Factors affecting sports demand				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Karmasının Koordinasyonu ve Kontrolü				
	Coordination and Control of Marketing Mix				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Genel tekrar ve tartışma				
	General review and discussion				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	FİNAL SINAVI				
	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(%):		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	2.00	2.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	15.00	15.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	15.00	15.00
Proje Hazırlama / Project Preparation	4	15.00	60.00
Proje Sunma / Project Presentation	2	2.00	4.00
Takım/Grup Çalışması / Team/Group Work	3	10.00	30.00
Tartışma / Discussion	2	2.00	4.00
Toplam / Total:	15	63.00	132.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 132.00/25.00 = 5.28 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 132.00 / 25.00 = 5.28 ~			

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. Spor ve pazarlama kavramlarını ilişkilendirebilme / 1. To associate the concepts of sport and marketing	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
2.2. Spor pazarlarının yapısı ve özelliklerini tanımlayabilme / 2. To be able to define the structure and characteristics of sports markets	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3
3.3. Spor pazarlaması karmasının özelliklerini ve uygulama biçimlerini kavrayabilme / 3. To be able to comprehend the features and application forms of the sports marketing mix	3	2	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	3
4.4. Spor pazarlama karması geliştirebilme / 4. Ability to develop a sports marketing mix	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3

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