

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Communication in Sport Marketing / Communication in Sport Marketing	
Ders Kodu / Course Code	ESPR316	
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		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	yok	none
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı spor endüstrisi, spor ürünü, spor tüketicisi ve spor pazarlaması kavramlarının anlatılarak pazarlama iletişimi perspektifiyle yorumlanmasını sağlamaktır.	The aim of this course is to explain the concepts of sports industry, sports product, sports consumer and sports marketing from the perspective of marketing communication.
İçeriği / Content	Pazarlama iletişimi, Sporda markalaşma ve Spor pazarlamasının geleceğini tartışmak.	Marketing communication, branding in sports and discussing the future of sports marketing.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status	yok	none

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ekmekçi, R., ekmekçi, y. A. (2010). SPOR pazarlaması. Pamukkale Journal of Sport Sciences, (1),1, 23-29. Mullin, B. J. , Hardy, S. , Sutton, W. A. (2014). Sport Marketing, USA: Human Kinetics. Akkaya, y., akçalı, k. (2016). Spor Pazarlamasında Tutundurma Karması Elemanlarının Kullanımının İncelenmesi. International Journal of Science Culture and Sport, (4),2, 522-532. Silva, e. C., casas, a. L. (2020). Key Elements of Sports Marketing Activities for Sports Events. International Journal of Business Administration. (1),1, 11-21. Manuel Alonso Dos Santos & Ferran Calabuig Moreno (2019). Management, marketing and economy in sports organizations, Sport in Society, (23), 2, 175-179. Mihai, a. L. (2013). SPORT MARKETING MIX STRATEGIES. SEA - Practical Application of Science, (1), 1, 298-303. Akkaya, y. (2016). Spor Pazarlamasında Ürün Kavramının İncelenmesi . International Journal of Science Culture and Sport, (3), 4, 821- 829. Shabani, j. S., gharekhani, h., naderi, f. (2018). The Role of Sport Marketing Mix in Generating Revenue for Iranian Football Clubs. Annals of Applied Sport Science, (6),1, 95-102.	Ekmekçi, R., ekmekçi, y. A. (2010). SPOR pazarlaması. Pamukkale Journal of Sport Sciences, (1),1, 23-29. Mullin, B. J. , Hardy, S. , Sutton, W. A. (2014). Sport Marketing, USA: Human Kinetics. Akkaya, y., akçalı, k. (2016). Spor Pazarlamasında Tutundurma Karması Elemanlarının Kullanımının İncelenmesi. International Journal of Science Culture and Sport, (4),2, 522-532. Silva, e. C., casas, a. L. (2020). Key Elements of Sports Marketing Activities for Sports Events. International Journal of Business Administration. (1),1, 11-21. Manuel Alonso Dos Santos & Ferran Calabuig Moreno (2019). Management, marketing and economy in sports organizations, Sport in Society, (23), 2, 175-179. Mihai, a. L. (2013). SPORT MARKETING MIX STRATEGIES. SEA - Practical Application of Science, (1), 1, 298-303. Akkaya, y. (2016). Spor Pazarlamasında Ürün Kavramının İncelenmesi . International Journal of Science Culture and Sport, (3), 4, 821- 829. Shabani, j. S., gharekhani, h., naderi, f. (2018). The Role of Sport Marketing Mix in Generating Revenue for Iranian Football Clubs. Annals of Applied Sport Science, (6),1, 95-102.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğretim Üyesi Nevzat MUTLUTÜRK	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Bilgi, beceri, anlayış ve davranış bakımından donanımlı spor yöneticileri spor hizmet sektörüne kazandırılır	Sports managers equipped in terms of knowledge, skills, understanding and behavior are brought to the sports service sector.
2	Spor disiplinine uzun vadede değer katacak ve sporla bağlantılı yönetsel sorunlara yeni bakış açıları sağlar.	It will add value to the sports discipline in the long term and provide new perspectives on managerial problems related to sports.
3	Pazarlama konseptlerinin spor ürün ve hizmetlerine uygulanması ve spor dışı ürünlerin sporla ilgili yönlerini bilir.	Knows the application of marketing concepts to sports products and services and sports-related aspects of non-sports products.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Spor pazarlaması kavramına giriş				
	Introduction to the concept of sports marketing				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tutundurma nedir?				
	What is a promotion?				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Spor pazarlamasında karar değişkeni olarak tutundurma ve özellikleri				
	Promotion and features as decision variables in sports marketing				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tutundurmanın artan önem ve etkileri				
	The increasing importance and effects of promotion				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Bütünleşik spor pazarlaması iletişimi				
	Integrated sports marketing communication				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tutundurma karması ve tüketiciler arasındaki etkilenme süreci				
	The promotion mix and the influencing process between consumers				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İletişim süreci modeli ve tutundurmada iletişim				
	Communication process model and communication in promotion				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Değerlendirme				
	Evaluation				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İletişim süreci modeli				
	Communication process model				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Bütünleşik spor pazarlamasını oluşturan unsurlar				
	Elements that make up integrated sports marketing				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Başlıca tutundurma mesajlarının temel özellikleri				
	Key features of the main promotional messages				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ve Kişisel satış				
	Advertising and Personal selling				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış geliştirme ve Halkla ilişkiler				
	Sales Development and Public Relations				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tutundurma karması stratejileri ve tutundurma karmasının seçimini etkileyen diğer faktörler				
	Promotion mix strategies and other factors affecting the selection of the promotion mix				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Değerlendirme				
	Evaluation				

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	3	6.00	18.00
Beyin Fırtınası / Brain Storming	2	2.00	4.00
Bireysel Çalışma / Self Study	5	5.00	25.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	5	10.00	50.00
Okuma / Reading	3	5.00	15.00
Soru-Yanıt / Question-Answer	2	1.00	2.00
Toplam / Total:	22	33.00	118.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 118.00/25.00 = 4.72 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 118.00 / 25.00 = 4.72 ~			

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.Bilgi, beceri, anlayış ve davranış bakımından donanımlı spor yöneticileri spor hizmet sektörüne kazandırılır / Sports managers equipped in terms of knowledge, skills, understanding and behavior are brought to the sports service sector.	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
2.Spor disiplinine uzun vadede değer katacak ve sporla bağlantılı yönetsel sorunlara yeni bakış açıları sağlar. / It will add value to the sports discipline in the long term and provide new perspectives on managerial problems related to sports.	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3
3.Pazarlama konseptlerinin spor ürün ve hizmetlerine uygulanması ve spor dışı ürünlerin sporla ilgili yönlerini bilir. / Knows the application of marketing concepts to sports products and services and sports-related aspects of non-sports products.	4	2	3	3	4	3	4	3	4	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