

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu / Spor Yönetimi Programı
2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı
SPOR PAZARLAMASI
Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
SPOR PAZARLAMASI	SY1212497	Bahar Dönemi	2+0	2	4
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Öğr.Gör. Ayten GÜNEŞ ÇELİK				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Mahmut Selami AKIN				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Spor yoluyla yapılan pazarlama faaliyetlerinin yönetimi ile ilgili bilgi ve beceri kazandırmak				
Dersin İçeriği	Bu ders; Pazarlama Kavramı ile Pazar Türleri ve Temel İşlevleri ,Pazarlama Anlayışındaki Değişim ve Gelişmeler,Pazarlama Karması, Pazar Bölümlendirme, Pazar Konumlandırma,Spor Pazarlaması Kavramı ,Spor Pazar Araştırması ve Cazip Pazar Fırsatlarının Analizi, Spor Hizmetlerinde Pazar Bölümlendirme,Spor Hizmetlerinde Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma,Spor İşletmelerinde Hizmet Pazarlaması ve Pazarlama Yöntemleri Uygulamaları,Spor İşletmelerinde Pazarlama Yöntemlerinin Uygulama Örnekleri,Sporda Sponsorluk ve Markalaşma Yöntemleri , Sporcu yoluyla Pazarlama ve Özellikleri , Spor Pazarlamasına Yönelik Tasarım Çalışmaları,Öğrenci Proje Sunumu Spor Sektöründe Kampanya Planlama ,Öğrenci Proje Sunumu Spor Sektöründe Kampanya Yürütme Stratejisi; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1.Pazarlama ve spor pazarlamasının tanımını ve ilgili temel kavramları açıklayabilecektir.					A
1.1.Pazarlama kavramını ve temel işlevlerini tanımlar.					
1.2.Pazar bölümlendirme ve pazar konumlandırma konularını açıklar.					
1.3.Spor pazarlamasının ne olduğunu ve temel kavramlarını açıklar.					
2.Pazarlama ve spor pazarlama anlayışının tarihsel gelişimini, uygulama süreçlerini ve işlevlerini anlayabilecektir.					A
2.1.Pazarlama anlayışındaki değişim ve gelişmeleri kavrar.					
2.2.Pazarlama karması kavramını anlar.					
2.3.Spor pazarlamasının nasıl farklılaştığını anlar.					
3.Spor pazarlamasının temel uygulamalarını pratik olarak yapabilecektir.					F, H
3.1.Pazar araştırması ve cazip pazar fırsatlarının analizi yapar.					
3.2.Spor hizmetlerinde pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi yapar.					
3.3.Spor işletmelerinde hizmet pazarlaması ve pazarlama yöntemlerini uygular.					
3.4.Sponsorluk ve markalaşma yöntemlerini teorik ve uygulamalı olarak inceleyerek öğrenci projeleri sunar.				19	
4.Spor pazarlaması alanındaki stratejileri ve örnek uygulamaları değerlendirebilecek ve açıklayabilecektir.					
4.1.Sporcu yoluyla pazarlama stratejilerini analiz eder.					
4.2.Spor pazarlamasına yönelik tasarım çalışmalarını inceler.					
4.3.Kampanya planlama ve yürütme stratejilerini değerlendirir.					
5.Spor pazarlaması ile ilgili tüm süreçleri ve değişimleri değerlendirebilecek ve stratejiler geliştirebilecektir.				10, 19	
5.1.Spor sektöründe kampanya planlaması ve yürütme stratejilerini projeleri üzerinden değerlendirir.					
5.2.Spor pazarlaması alanında kendi stratejilerini oluşturur ve yorumlar.					
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 19: Beyin Fırtınası Tekniği				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, F: Proje Görevi, H: Performans Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Pazarlama Kavramı ile Pazar Türleri ve Temel İşlevleri				
2	Pazarlama Anlayışındaki Değişim ve Gelişmeler				
3	Pazarlama Karması, Pazar Bölümlendirme, Pazar Konumlandırma				
4	Spor Pazarlaması Kavramı				
5	Sporda Pazar Araştırması ve Cazip Pazar Fırsatlarının Analizi				
6	Spor Hizmetlerinde Pazar Bölümlendirme				
7	Spor Hizmetlerinde Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma				
8	Spor İşletmelerinde Hizmet Pazarlaması ve Pazarlama Yöntemleri Uygulamaları				
9	Spor İşletmelerinde Pazarlama Yöntemlerinin Uygulama Örnekleri				
10	Sporda Sponsorluk ve Markalaşma Yöntemleri				
11	Sporcu yoluyla Pazarlama ve Özellikleri				
12	Spor Pazarlamasına Yönelik Tasarım Çalışmaları				
13	Öğrenci Proje Sunumu Spor Sektöründe Kampanya Planlama				
14	Öğrenci Proje Sunumu Spor Sektöründe Kampanya Yürütme Stratejisi				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu / Spor Yönetimi Programı
2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı
SPOR PAZARLAMASI
Syllabus

Kaynaklar

- Argan, M. & Katırcı, H. (2008).Spor Pazarlaması. Nobel Yayın Dağıtım. Ankara.
- Bridgewater, S. (2012). Futbol Markaları. (Çeviren: Aydeniz L.) Brandaga Yayınları.
- Rein, I., Kotler, P., Shields, B. (2007). İşte Taraftar İşte Marketing. MediaCat. İstanbul.
- Serarslan, M. Z. (2009). Futbol Pazarlaması. TFF FGM Futbol Eğitim Yayınları. İstanbul.
- Varinli, İ. (2008). Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar. Detay Yayıncılık. Ankara