

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu / Spor Yönetimi Programı

2022 - 2023 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 | Öğr.Gör. Serkan ALPYAGIL | | | | |
| Dersin Yardımcıları | | | | | |
| Dersin Amacı | Öğrencilere, ürün çeşidi, fiyatlandırma, tutundurma kampanyası ve dağıtım hizmetlerini tüketiciyle bir araya getirme süreçlerini düzenleyebilme, spor yoluyla yapılan pazarlama faaliyetlerini planlama ile ilgili bilgi ve beceri kazandırmaktır. | | | | |
| Dersin İçeriği | Bu ders; Pazarlama Kavramı ve Pazar Türleri ve Temel İşlevleri Tanımlar,Pazarlama Anlayışındaki Değişim ve Gelişmeler,Pazarlama Karması, Pazar Bölümlendirme, Pazar Konumlandırma,Spor Pazarlaması Kavramı ve Spor Pazarlaması Kavramı,Sporda 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,Teorik: Sporda Sponsorluk ve Markalaşma Yöntemleri Uygulama: Öğrenci Proje Sunumu,Teorik: Sporcu yoluyla Pazarlama ve Özellikleri Uygulama: Öğrenci Proje Sunumu,Teorik: Spor Pazarlamasına Yönelik Tasarım ÇalışmalarıUygulama: Öğrenci Proje Sunumu,Uygulama: Öğrenci Proje Sunumu Spor Sektöründe Kampanya Planlama ,Uygulama: Öğrenci Proje Sunumu Spor Sektöründe Kampanya Yürütme Stratejisi; konularını içermektedir. | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları | | | | Öğretim Yöntemleri | Ölçme Yöntemleri |
| Spor Pazarlaması ile ilgili kavramları tanımlar.Spor pazarlaması karması içerisinde yer alan ürün, hizmet ve sektörler arasındaki ilişkiyi açıklarSpor pazarlama hizmetlerinde, pazar bölümlendirme, konumlandırma ve hedef müşteri oluşturabilme ile ilgili yöntemleri incelerÜrün çeşidi, fiyatlandırma, tutundurma kampanyası ve dağıtım hizmetlerini tüketiciyle bir araya getirme süreçlerini düzenler.Spor yoluyla yapılan pazarlama faaliyetlerini planlar | | | | | |
| Öğretim Yöntemleri | | | | | |
| Ölçme Yöntemleri | | | | | |
| Ders Akışı | | | | | |
| Sıra | Konular | Ön Hazırlık | | | |
| 1 | Pazarlama Kavramı ve Pazar Türleri ve Temel İşlevleri Tanımlar | | | | |
| 2 | Pazarlama Anlayışındaki Değişim ve Gelişmeler | | | | |
| 3 | Pazarlama Karması, Pazar Bölümlendirme, Pazar Konumlandırma | | | | |
| 4 | Spor Pazarlaması Kavramı ve 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 | Teorik: Sporda Sponsorluk ve Markalaşma Yöntemleri Uygulama: Öğrenci Proje Sunumu | | | | |
| 11 | Teorik: Sporcu yoluyla Pazarlama ve Özellikleri Uygulama: Öğrenci Proje Sunumu | | | | |
| 12 | Teorik: Spor Pazarlamasına Yönelik Tasarım ÇalışmalarıUygulama: Öğrenci Proje Sunumu | | | | |
| 13 | Uygulama: Öğrenci Proje Sunumu Spor Sektöründe Kampanya Planlama | | | | |
| 14 | Uygulama: Öğrenci Proje Sunumu Spor Sektöründe Kampanya Yürütme Stratejisi | | | | |
| Değerlendirme Yöntemleri | | Sınava Katkısı | | | |
| Ara Sınav | | 40 | | | |
| Genel Sınav | | 60 | | | |

| Kaynaklar |
|--|
| Serarslan, M. Z. (2009). Futbol pazarlaması. TFF FGM Futbol Eğitim Yayınları. İstanbul. Argan, M., ve Katırcı H. (2008).Spor Pazarlaması. Nobel Yayın Dağıtım. Ankara. Varinli, İ. (2008). Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar. Detay Yayıncılık. Ankara Rein, I., Kotler, P., Shields, B. (2007). İşte Taraftar İşte Marketing, MediaCat. İstanbul. Bridgewater, S. (2012). Futbol Markaları. (Çeviren: Aydeniz L.)Brandaga Yayınları. İstanbul. Ekenci, G., ve İmamoğlu F. (2002). Spor İşletmeciliği, Nobel Yayınevi. |