

| Dersin Tanımı   |  |                       |                           |                         |      |
|---|--|-----------------------|---------------------------|-------------------------|------|
| Adı   | Kodu   | Yarıyıl               | T+U Saat                  | Kredi                   | AKTS |
| KURUMSAL İLETİŞİMDE SPORUN KULLANIMI  | SY2232890  | Bahar Dönemi          | 2+0                       | 2                       | 4    |
| <b>Ön Koşul Dersleri</b>  |  |                       |                           |                         |      |
| <b>Önerilen Seçmeli Dersler</b>   |  |                       |                           |                         |      |
| <b>Dersin Dili</b>  | Türkçe   |                       |                           |                         |      |
| <b>Dersin Seviyesi</b>  | Ön Lisans  |                       |                           |                         |      |
| <b>Dersin Türü</b>  | Programa Bağlı Seçmeli   |                       |                           |                         |      |
| <b>Dersin Koordinatörü</b>  | Öğr.Gör. Sonia LOTFI   |                       |                           |                         |      |
| <b>Dersi Verenler</b>   | Öğr.Gör. Ayten GÜNEŞ ÇELİK   |                       |                           |                         |      |
| <b>Dersin Yardımcıları</b>  |  |                       |                           |                         |      |
| <b>Dersin Amacı</b>   | Ders, kurumların, kurumsal iletişim bölümlerinde gereksinim duyduğu danışman ve elemanlara, kurum içi/dışı iletişim kanallarında spor unsurlarından yararlanma, hedef belirleme ve geri dönüş sağlama yöntemleri ile ilgili, teorik ve pratik beceriyi kazandırmayı amaçlamaktadır.  |                       |                           |                         |      |
| <b>Dersin İçeriği</b>   | Bu ders; Kurumsal İletişim Kanalları, Kurumsal İletişimde Sporun Var Oluşu, Spor Sponsorlukları, Konvansiyonel Medyada Spor Sponsorlukları, Küresel Sponsorluklar İçinde Tanıtım Hedefi, Küresel Markalaşma/Sponsorluk Ayrımı, Spor Organizasyonlarında Kurumsal Tanıtım, Kurum içi iletişimde sporun kullanımı, Örnek Çalışma, Spor Sponsorluklarının Geri Dönüş Ölçümlemesi, Kurumsal İletişim ve Küreselleşmede Farklılıklar, Olimpizm ve Kurumsal İletişim, Kurumsal İletişimde Spor Kullanımı Örnekleri, Kurumsal İletişimde Spor Kullanımı Örnekleri; konularını içermektedir. |                       |                           |                         |      |
| <b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>   |  |                       | <b>Öğretim Yöntemleri</b> | <b>Ölçme Yöntemleri</b> |      |
| 1. Kurumsal İletişim ve Tanıtım kavramlarına hakim olur.                                  |  |                       | 1                         | A                       |      |
| 2. Sporun, bir iletişim aracı olarak kurumsal iletişimde kullanımını öğrenir.             |  |                       | 1                         | A                       |      |
| 3. Tanıtımda, sporun gücü nedir sorusuna yanıt alır.                                      |  |                       | 1, 2                      | A                       |      |
| 4. Kurum içi çalışmalarda sporun kullanımını öğrenir.                                     |  |                       | 1                         | A                       |      |
| 5. Kurumsal imaj ve itibar yönetimi unsurları arasında, sporun kullanım alanlarına girer. |  |                       | 1                         | A                       |      |
| 6. Halkla ilişkiler alanındaki teknik, yöntem ve araçları bilir, kullanır.                |  |                       | 1                         | A                       |      |
| 7. Sektör örneklemeleri ile, geri dönüş hedeflemeyi bilir.                                |  |                       | 1, 16                     | A                       |      |
| 8. Sponsorluk çalışmalarını, kurumsal iletişim ile birleştirir.                           |  |                       | 1, 16                     | A, C                    |      |
| 9. İlgili uygulamaları planlayabilir ve uygulayabilir.                                    |  |                       | 1                         | A                       |      |
| <b>Öğretim Yöntemleri</b>   | 1: Anlatım, 16: Proje Temelli Öğrenme, 2: Soru - Cevap   |                       |                           |                         |      |
| <b>Ölçme Yöntemleri</b>   | A: Yazılı sınav, C: Ödev   |                       |                           |                         |      |
| <b>Ders Akışı</b>   |  |                       |                           |                         |      |
| <b>Sıra</b>   | <b>Konular</b>   | <b>Ön Hazırlık</b>    |                           |                         |      |
| 1   | Kurumsal İletişim Kanalları  |                       |                           |                         |      |
| 2   | Kurumsal İletişimde Sporun Var Oluşu   |                       |                           |                         |      |
| 3   | Spor Sponsorlukları  |                       |                           |                         |      |
| 4   | Konvansiyonel Medyada Spor Sponsorlukları  |                       |                           |                         |      |
| 5   | Küresel Sponsorluklar İçinde Tanıtım Hedefi  |                       |                           |                         |      |
| 6   | Küresel Markalaşma/Sponsorluk Ayrımı   |                       |                           |                         |      |
| 7   | Spor Organizasyonlarında Kurumsal Tanıtım  |                       |                           |                         |      |
| 8   | Kurum içi iletişimde sporun kullanımı  |                       |                           |                         |      |
| 9   | Örnek Çalışma  |                       |                           |                         |      |
| 10  | Spor Sponsorluklarının Geri Dönüş Ölçümlemesi  |                       |                           |                         |      |
| 11  | Kurumsal İletişim ve Küreselleşmede Farklılıklar   |                       |                           |                         |      |
| 12  | Olimpizm ve Kurumsal İletişim  |                       |                           |                         |      |
| 13  | Kurumsal İletişimde Spor Kullanımı Örnekleri   |                       |                           |                         |      |
| 14  | Kurumsal İletişimde Spor Kullanımı Örnekleri   |                       |                           |                         |      |
| <b>Değerlendirme Yöntemleri</b>   |  | <b>Sınava Katkısı</b> |                           |                         |      |
| Ara Sınav   |  | 40                    |                           |                         |      |
| Genel Sınav   |  | 60                    |                           |                         |      |

| Kaynaklar   |  |
|---|--|
| Ders Slaytları, görsel anlatım, örnek olaylar Vyv Simson & Andrew Jennings "Olimpiyatlar, Sahtekarlık ve Mafia", Atilla Erdemli "İnsan, Spor ve Olimpizm" Tuğrul Akşar "Endüstriyel Futbol" |  |