

| Dersin Tanımı | | | | | |
|---|--|------------------|----------|-------|------|
| Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | Kredi | AKTS |
| KURUMSAL İLETİŞİMDE SPORUN KULLANIMI | HİT2132890 | Güz Dönemi | 2+0 | 2 | 4 |
| Ön Koşul Dersleri | | | | | |
| Önerilen Seçmeli Dersler | | | | | |
| Dersin Dili | Türkçe | | | | |
| Dersin Seviyesi | Ön Lisans | | | | |
| Dersin Türü | Programa Bağlı Seçmeli | | | | |
| Dersin Koordinatörü | Öğr.Gör. Sonia LOTFI | | | | |
| Dersi Verenler | Öğr.Gör. İlker Fatih KUŞÇU | | | | |
| Dersin Yardımcıları | | | | | |
| Dersin Amacı | Kurum içi ve kurum dışı iletişim kanallarında spor unsurlarından yararlanma yöntemleri ile ilgili teorik ve pratik beceriyi kazandırma | | | | |
| Dersin İçeriği | 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. | | | | |
| Dersin Öğrenme Kazanımları | Öğretim Yöntemleri | Ölçme Yöntemleri | | | |
| 1. Kurumsal iletişim ile ilgili temel kavramları açıklayabilecek ve spor alanında nasıl kullanılacağını bilecektir. | | A | | | |
| 1.1. Kurumsal iletişim kanalları hakkında bilgi sahibi olur. | | | | | |
| 1.2. Sporun kurumsal iletişimde nasıl kullanılabileceğini anlar. | | | | | |
| 1.3. Sporda kurumsal iletişimin temel kavramlarını ve çeşitlerini tanıyarak açıklar. | | | | | |
| 2. Kurumsal iletişimin temel prensiplerini, süreçlerini ve işlevlerini anlayabilecektir. | | A | | | |
| 2.1. Kurumsal iletişimde sporun varlığını ve önemini kavrar. | | | | | |
| 2.2. Konvansiyonel medyada spor sponsorluklarının nasıl işlediğini anlar. | | | | | |
| 2.3. Küresel markalaşma ile spor sponsorluklarını ayırt etme konusunda anlayış geliştirir. | | | | | |
| 3. Sporda kurumsal iletişim uygulamalarını pratik olarak yapabilecektir. | 6 | H | | | |
| 3.1. Sporda kurumsal iletişim çalışmalarının geri dönüşünün nasıl ölçümlendirileceğini öğrenir. | | | | | |
| 3.2. Kurum içi iletişimde sporun nasıl kullanılabileceğini uygular. | | | | | |
| 3.3. Örnek çalışmalar yaparak kurumsal iletişimde sporun kullanımını pratiğe döker. | | | | | |
| 4. Sporda kurumsal iletişim alanındaki temel kavramları, etkileri ve örnekleri değerlendirebilecek ve açıklayabilecektir. | | A | | | |
| 4.1. Kurumsal iletişimde sporun kullanımı örneklerini analiz eder ve bu stratejilerin etkisini değerlendirir. | | | | | |
| 4.2. Küreselleşme bağlamında kurumsal iletişimde sporun farklılıklarını ve zorluklarını analiz eder. | | | | | |
| 5. Sporda kurumsal iletişim ile ilgili tüm süreçleri ve değişimleri değerlendirebilecek ve geliştirebilecektir. | 10 | A | | | |
| 5.1. Kurumsal iletişimde sporun kullanımı örneklerine dayalı olarak stratejik öneriler geliştirir. | | | | | |
| 5.2. Olimpizm ve kurumsal iletişim arasındaki ilişkileri yorumlar ve sporun kurumsal iletişimdeki geleceğini değerlendirir. | | | | | |
| Öğretim Yöntemleri | 10: Tartışma Yöntemi, 6: Deneyimle Öğrenme Modeli | | | | |
| Ölçme Yöntemleri | A: Klasik Yazılı Sınav, H: Performans Görevi | | | | |
| Ders Akışı | | | | | |
| Sıra | Konular | Ön Hazırlık | | | |
| 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 | | | | |
| Değerlendirme Yöntemleri | | Sınava Katkısı | | | |
| Ara Sınav | | 40 | | | |
| Genel Sınav | | 60 | | | |

Kaynaklar

- Akşar, T. (2005). Endüstriyel Futbol. Literatür Yayınları.
-Çelik, F. (2020). Kurumsal Spor İletişimi ve Sosyal Medya. Akademisyen Kitabevi.
-Erdemli, A. (1996). İnsan, Spor ve Olimpizm. Sarmal Yayınevi.
-Jennings, A & Simson, V. (1994). Olimpiyatlar, Sahtekarlık ve Mafya. Milliyet Yayınları.