

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

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
SPOR SPONSORLUĞU	SY2113662	Güz 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. Barış Emrah KAYALIOĞLU				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Spor endüstrisi organizasyonlarında ki sponsorluk faaliyetlerinin etkin bir şekilde yürütülmesine yönelik bilgilerin kazandırılması				
Dersin İçeriği	Bu ders; Sponsorluk Kavramı ve Gelişimi , Sponsor Aramak, Sponsorluk ve İletişim, Spor Sponsorluğu ve Halkla İlişkiler, Spor Sponsorluğu ve Reklam, Spor Sponsorluğu ve Doğrudan Pazarlama, Spor Sponsorluğu ve Satış Tutundurma, Sponsor Gereksinimlerini Belirlemek, Sponsorluk Anlaşması, Olimpik Sponsorluk Fırsatları, Bireysel Sporcu Sponsorluğu, Sponsorluk Etkiliğinin Değerlendirilmesi, Profesyonel Sponsorluk Örnekleri, Spor Sponsorluk Örnekleri ; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri			
1.Spor sponsorluğunun tanımını ve genel kavramlarını açıklayabilecektir.		A			
1.1.Sponsorluk kavramını tanımlar.					
1.2.Sponsorluk gelişimi hakkında temel bilgilere sahip olur.					
1.3.Spor sponsorluğunun spor endüstrisi organizasyonlarındaki rolünü anlar.					
2.Spor sponsorluğunun temel prensiplerini, süreçlerini ve işlevlerini anlayabilecektir.		A			
2.1.Sponsor arama süreçlerini anlar.					
2.2.Sponsorluk ile iletişim, halkla ilişkiler, reklam, doğrudan pazarlama ve satış tutundurmanın nasıl ilişkilendirildiğini kavrar.					
2.3.Olimpik sponsorluk fırsatlarını anlayarak bu alandaki önemini kavrar.					
3.Spor sponsorluğunun uygulamalarını pratik olarak yapabilecektir.		H			
3.1.Sponsor gereksinimlerini belirleme konusunda pratiğe dönük örneklerle çalışır.					
3.2.Sponsorluk anlaşmalarını nasıl oluşturulduğunu öğrenir ve uygular.					
3.3.Profesyonel ve spor sponsorluk örnekleri üzerinden gerçek dünya uygulamalarını analiz eder.					
4.Spor sponsorluğu alanındaki temel kavramları ve süreçlerini değerlendirebilecek ve açıklayabilecektir.		A			
4.1.Sponsorluk etkililiğinin değerlendirilmesi konusunda analitik bir yaklaşım geliştirir.					
4.2.Spor sponsorluğunun organizasyonlar ve sporcular üzerindeki etkilerini inceleyerek analiz eder.					
5.Spor sponsorluğu ile ilgili tüm süreçleri ve değişimleri değerlendirebilecektir.		A			
5.1.Sponsorluk stratejilerini ve uygulamalarını eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.					
5.2.Spor sponsorluğunun gelecekteki trendleri hakkında yorum yapar ve bu alandaki gelişmeleri öngörür.					
Öğretim Yöntemleri					
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, H: Performans Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Sponsorluk Kavramı ve Gelişimi				
2	Sponsor Aramak				
3	Sponsorluk ve İletişim				
4	Spor Sponsorluğu ve Halkla İlişkiler				
5	Spor Sponsorluğu ve Reklam				
6	Spor Sponsorluğu ve Doğrudan Pazarlama				
7	Spor Sponsorluğu ve Satış Tutundurma				
8	Sponsor Gereksinimlerini Belirlemek				
9	Sponsorluk Anlaşması				
10	Olimpik Sponsorluk Fırsatları				
11	Bireysel Sporcu Sponsorluğu				
12	Sponsorluk Etkiliğinin Değerlendirilmesi				
13	Profesyonel Sponsorluk Örnekleri				
14	Spor Sponsorluk Örnekleri				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			
Kaynaklar					
-Argan, M. (2003). Spor Sponsorluğu Yönetimi. Detay Yayıncılık. -Avunduk, Y.(2021). Sponsorluk Yönetimi. Gazi Kitabevi. -Ekizoğlu, E. (2023).360° Spor Pazarlaması ve Sponsorluk. Gazi Kitabevi.					