

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	SPORT MARKETING / SPORT MARKETING	
Ders Kodu / Course Code	SYB206	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	First Cycle / First Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı öğrencilerin; temel pazarlama kavramlarını spor endüstrisi içerisinde yer alan tüm organizasyonlarda etkin olarak uygulayabilmelerini sağlamaktır.	The purpose of this course is to enable students to use basic marketing concepts effectively in every organizations that take place in sport industry.
İçeriği / Content	Spor pazarlamasının kendine özgü özellikleri, spor pazarlaması yönetim süreci, spor tüketicileri, spor pazarlaması araştırması, spor ürünü tasarlamak ve geliştirmek ve bu değişim sürecine yönelik fiyat, tutundurma ve dağıtım bileşenlerini organize etmek.	Course contentsUnique features of sport marketing, sport marketing management process, sport consumers, sport marketing research, designing and developing sport product and to organize pricing, promotion and distribution strategies for the exchange process.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Argan M., Katırcı H. (2002). Spor Pazarlaması. Nobel Yayınevi. İstanbul Mullin B.J., Hardy S., Sutton W.A. Sport Marketing, Human Kinetics, Champaign, IL., 2000. Shilbury D., Westerbeek H., Quick S., Funk D. Strategic Sport Marketing. Allen and Unwin, Sydney, 2009. Shank M. (1999). Sport marketing. Prentice Hall. New Jersey	Argan M., Katırcı H. (2002). Spor Pazarlaması. Nobel Yayınevi. İstanbul Mullin B.J., Hardy S., Sutton W.A. Sport Marketing, Human Kinetics, Champaign, IL., 2000. Shilbury D., Westerbeek H., Quick S., Funk D. Strategic Sport Marketing. Allen and Unwin, Sydney, 2009. Shank M. (1999). Sport marketing. Prentice Hall. New Jersey
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Yrd.Doc.Dr. Timucin GENCER	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Spor pazarlamasını farklı kılan özellikleri kavramak	To comprehend the unique aspects of sport marketing
2	Spor pazarlaması yönetimini anlamak	To understand the sport marketing management
3	Spor tüketicilerinin karar verme sürecini anlamak	To understand decision making process of sport consumers
4	Spor pazarlamasına yönelik araştırma tasarlayabilmek ve yürütebilmek	To design and conduct a research related to sport marketing
5	Spor ürünü yaratabilmek ve geliştirebilmek	To create and develop a sport product.
6	Uygulayabilir spor pazarlama karması stratejileri oluşturabilmek	To formulate applicable sport marketing mix strategies.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Spor Pazarlamasına Giriş				
	Introduction to Sports Marketing				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Spor Pazarlaması Süreci				
	Sports Marketing Process				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Spor Endüstrisi 1				
	Sport Industry 1				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Spor Endüstrisi 2				
	Sport Industry 2				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sporda Tüketicileri				
	Sport Consumers				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Spor Pazarlaması Fırsatları 1				
	Sports Marketing Opportunities 1				
7	Spor Pazarlaması Fırsatları 2				
	Sport Marketing Opportunities 2				
8	Vize Sınavı				
	Midterm Exam				
9	Spor Pazarlaması Stratejisi				
	Sport Marketing Strategies				
10	Spor Ürünleri				
	Sport Products				
11	Sporda Fiyatlama Stratejileri				
	Pricing strategies in Sport				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sporda Yer/Dağıtım				
	Place/Distribution in Sport				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sporda Tutundurma				
	Promotion in Sport				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Spor Hizmetleri				
	Sports Services				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem Projesi Sunumu				
	Presentations of term projects				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final Sınavı				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	3.00	42.00
Proje Hazırlama / Project Preparation	1	20.00	20.00
Proje Sunma / Project Presentation	1	1.00	1.00
Bireysel Çalışma / Self Study	16	2.00	32.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	8	2.00	16.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	8	3.00	24.00
Toplam / Total:	50	35.00	139.00
<p>Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 139.00/30.00 = 4.63 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 139.00 / 30.00 = 4.63 ~</p>			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes											
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.1	1.1.1	1.1.1
1.Spor pazarlamasını farklı kılan özellikleri kavramak / To comprehend the unique aspects of sport marketing	4	4	3									
2.Spor pazarlaması yönetimini anlamak / To understand the sport marketing management	4	3	3									
3.Spor tüketicilerinin karar verme sürecini anlamak / To understand decision making process of sport consumers	3	4	3									
4.Spor pazarlamasına yönelik araştırma tasarlayabilmek ve yürütebilmek / To design and conduct a research related to sport marketing	4	4	4									
5.Spor ürünü yaratabilmek ve geliştirebilmek / To create and develop a sport product.	2	2	2									
6.Uygulayabilir spor pazarlama karması stratejileri oluşturabilmek / To formulate applicable sport marketing mix strategies.	4	2	2									

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high