

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Sport and Social Responsibility / Sport and Social Responsibility	
Ders Kodu / Course Code	9305036142019	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Third Cycle / Third Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	10.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
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; sosyal pazarlama, sosyal iletişim ve sosyal sorumluluk kavramlarının tanımlamalarını, reklam kampanyaları ve sosyal sorumluluk ilişkisini açıklamalarını, sosyal sorumluluk hedefli reklam kampanya planlarının neden ve nasıllarını kavrayarak stratejik yaklaşımlarla farklı kuramsal bakış açılarının dikkate alınması suretiyle sosyal reklam kampanya örneklerinin incelenmesi doğrultusunda sosyal reklam kampanya planı tasarlama planını sağlamaktır.	The aim of this course is; to define social marketing, social communication and social responsibility concepts, to explain the relationship between campaigns and social responsibility, to comprehend the reasons and how of social responsibility targeted campaign plans and to design social campaign plan by considering different theoretical perspectives by considering different theoretical perspectives.
İçeriği / Content	<ul style="list-style-type: none"> * Sosyal pazarlama, sosyal iletişim ve sosyal sorumluluk kavramları ve tarihsel gelişim sürecinin kavranması * Sosyal sorumluluk kavramının spor ve pazarlama etkileşimi bağlamında tanımlanarak kavranması * Sporun sosyal görünümünün bireysel ve markalar bağlamında tanımlanarak kavranması * Spor ve sporcu temalı bir sosyal sorumluluk kampanya planının yapılandırılarak teorinin pratiğe dönüşümünün kavranması 	<ul style="list-style-type: none"> *Understanding social marketing, social communication and social responsibility concepts and historical development process *Defining the concept of social responsibility in the context of sports and marketing interaction *Defining the social aspect of sports in terms of individual and brands *Understanding the transformation of theory into practice by structuring a sports and sportsman themed social responsibility campaign plan
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	none
Staj Durumu / Internship Status	Yok	none

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ders Kitabı: *Eser, Zeliha; Özdoğan Bahar; Sosyal Pazarlama, Siyasal Kitabevi , Ankara, 2006 *Hellison, Don; Fiziksel Aktivite Yoluyla Bireysel ve Sosyal Sorumluluk, Nobel, 2014 *Deren, Seçil, Hoştut, Sibel; Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Kavramlar, Uygulama ve Örnekler), Nobel, 2015 *Akman, Elvettin, Ören, Kenan, Eser, H. Bahadır; Sosyal Sorumluluk, Pelikan Yayınevi, 2012 *Boran, Gürel Tuğçe; Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Türkiye'den Uygulama Örnekleriyle), BETA Basım Yayım, 2016	*Eser, Zeliha; Özdoğan Bahar; Sosyal Pazarlama, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2006 *Yüksel, Haluk, İkna Edici İletişim, Eskişehir, 1994 *Jamieson, Harry; İletişim ve İkna, Eskişehir, 1996 *Ekelund, Robert; Saurman, Davis; Reklam ve Piyasa Süreci, Liberte, Ankara, 1999 *Tokgöz, Oya; Siyasal İletişimi Anlamak, Ankara, 2000
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Prof. Dr. Fatma Belma Güneri Fırlar	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	1. Sosyal pazarlama, sosyal iletişim ve sosyal sorumluluk kavramlarını tanımlayarak açıklama	1. To define the concepts of social marketing, social communication and social responsibility
2	2. Sporun pazarlaması ve pazarlama iletişiminde spor etkileşimini tanımlamak	To define sports interaction in marketing and marketing communication of sports
3	3. Spor pazarlamasında sosyal sorumluluk projelerinin önem ve etkinliğini kavratmak	To understand the importance and effectiveness of social responsibility projects in sports marketing
4	4.Sosyal sorumluluk hedefli örnek kampanya planı tasarlayarak süreçleri kavratmak	To comprehend the processes by designing a sample social responsibility plan

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Derse giriş, dersin işlenişi ile ilgili genel bilgi ve kaynakların önerilmesi. Sosyal sorumluluk kavramının tanımlanması ve bileşenlerinin açıklanması	Tanışma ve Anlatım			
	Introduction to the course, suggesting general information and resources about the course. Defining the concept of social responsibility and explaining its components	Expression Method			
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, tarihsel gelişimi ve bileşenlerinin aktarılması	Anlatım			
	Transferring the concept of corporate social responsibility, its historical development and components	Expression Method			
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal pazarlama kavramının tanımlanması, diğer pazarlama yaklaşımlarından farklılaşma m-noktalarının aktarılması	Anlatım			
	Defining the concept of social marketing, transferring the points of differentiation from other marketing approaches	Expression Method			
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurumsal sosyal sorumluluk modellerinin aktarılması ve işletmeler için öneminin tartışılması	Anlatım			
	Defining the social aspect of sports in terms of individual efforts and brands and transferring differentiation points	Expression Method			
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurumsal sosyal sorumluluk stratejilerinin aktarılması ve stratejiler arası farklılaşmanın yaratması beklenen etki kabiliyetinin tartışılması	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Transferring corporate social responsibility strategies and discussing the impact capability expected to be created by the differentiation between strategies	Literature Reporting			

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarına ilişkin süreç ve bileşenlerinin tanımlanması, uygulama örneklerinin tartışılması	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Defining the processes and components of corporate social responsibility campaigns, discussing the application examples	Literature Reporting			
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurumsal sosyal sorumluluk kampanya basamaklarının ve alt bileşenlerinin tanımlanarak aktarılması	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Defining and transferring corporate social responsibility campaign steps and sub-components	Literature Reporting			
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav (Vize)				
	Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kavramının tanımlanması, sosyal sorumluluk kampanyaları ve reklam ilişkisinin sosyal pazarlama bağlamında tartışılması	Anlatım			
	Defining the concept of advertising, social responsibility campaigns and discussion of the relationship between advertising in the context of social marketing	Expression Method			
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka kavramının reklam bağlamında tanımlanması, sosyal sorumluluk kampanyaları ve reklam-marka ilişkisinin sosyal pazarlama bağlamında tartışılması	Anlatım			
	Defining the brand concept in the context of advertising, social responsibility campaigns and discussing the advertising-brand relationship in the context of social marketing	Expression Method			
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarının tartışılması, spor işletmelerinde sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal sorumluluğun uygulama örneklerinin değerlendirilmesi	Proje Sunumu			
	Discussing the concepts of social responsibility and corporate social responsibility, evaluating the application examples of social responsibility and corporate social responsibility in sports businesses	Project Preparation and Presentation			

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Sporcu sınırlılığında sorumluluk kavramının tanımlanması, türlerinin tartışılması ve sporcunun sorumluluğunun boyutlarının örneklerle değerlendirilmesi	Proje Sunumu			
	Defining the concept of responsibility in the limitation of the athlete, discussing the types and evaluating the dimensions of the athlete's responsibility with examples	Project Preparation and Presentation			
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
13	Taraftar sınırlılığında sorumluluk kavramının tanımlanması, türlerinin tartışılması ve taraftar sorumluluğunun boyutlarının örneklerle değerlendirilmesi	Proje Sunumu			
	Defining the concept of responsibility in the limitation of fans, discussing its types and evaluating the dimensions of fan responsibility with examples	Project Preparation and Presentation			
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
14	Spor bağlamında dijitalleşmenin etkilerinin tartışılması, spor kulüpleri ve taraftar açısından sosyal medyanın etkilerinin değerlendirilmesi	Proje Sunumu			
	Discussing the effects of digitalization in the context of sports, evaluating the effects of social media in terms of sports clubs and fans	Project Preparation and Presentation			
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
15	E-Spor uygulamalarının tanımlanması, Dünyada ve Türkiye'deki oluşumunun, etkilerinin tartışılması,, spor endüstrisi bağlamında etkilerinin değerlendirilmesi	Proje Sunumu			
	Identification of e-sports applications, the formation of the World and Turkey, to discuss the impact evaluation of the impact in terms of the sports industry	Project Preparation and Presentation			
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
16	Final Sınavı				
	Final Exam				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary

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	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Alan Çalışması / Field Work	6	5.00	30.00
Örnek Vaka İncelemesi / Case Study	2	10.00	20.00
Rapor Hazırlama / Report Preparation	6	5.00	30.00
Rapor Sunma / Report Presentation	6	5.00	30.00
Bireysel Çalışma / Self Study	6	10.00	60.00
Okuma / Reading	6	20.00	120.00
Toplam / Total:	34	57.00	292.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 292.00/30.00 = 9.73 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 292.00 / 30.00 = 9.73 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program					
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6
1.1. Sosyal pazarlama, sosyal iletişim ve sosyal sorumluluk kavramlarını tanımlayarak açıklama / 1. To define the concepts of social marketing, social communication and social responsibility	5					
2.2. Sporun pazarlaması ve pazarlama iletişimde spor etkileşimini tanımlamak / To define sports interaction in marketing and marketing communication of sports	5					
3.3. Spor pazarlamasında sosyal sorumluluk projelerinin önem ve etkinliğini kavratmak / To understand the importance and effectiveness of social responsibility projects in sports marketing		5				
4.4. Sosyal sorumluluk hedefli örnek kampanya planı tasarlayarak süreçleri kavratmak / To comprehend the processes by designing a sample social responsibility plan		5				

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