

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Sports Industry and Marketing / Sports Industry and Marketing	
Ders Kodu / Course Code	ANT212B2.20	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor Degree / Bachelor Degree	
Ders Akts Kredi / ECTS	3.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
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	Second Education / Second Education	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı spor endüstrisi, spor ürünü, spor tüketicisi ve spor pazarlaması kavramlarının anlatılarak pazarlama iletişimi perspektifiyle yorumlanmasını sağlamaktır.	The aim of this course is to explain the concepts of sports industry, sports product, sports consumer and sports marketing and interpret them from the perspective of marketing communication.
İçeriği / Content	Pazarlama iletişimi, Sporda markalaşma ve Spor pazarlamasının geleceğini tartışmak.	Marketing communication, Branding in Sports and Discussing the future of Sports marketing.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading		
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	1.Spor pazarlamasını farklı kılan özellikleri kavramak 2.Spor pazarlaması yönetimini anlamak 3.Spor tüketicilerinin karar verme sürecini anlamak 4.Spor pazarlamasına yönelik araştırma tasarlayabilmek ve yürütebilmek 5.Spor ürünü yaratabilmek ve geliştirebilmek 6.Uygulayabilir spor pazarlama karması stratejileri oluşturabilmek	1. Understanding the features that make sports marketing different 2. Understanding sports marketing management 3. Understanding the decision-making process of sports consumers 4. Being able to design and conduct research on sports marketing 5. To be able to create and develop sports products 6. To be able to create applicable sports 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
	Pazarlama ile ilgili temel kavramlar; pazarlamanın gelişim aşamaları; pazarlama fonksiyonları				
	Basic concepts of marketing; development stages of marketing; marketing functions				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlamada karar verme; pazarlama planlaması; pazarlama yönetim süreci; pazarlamanın çevre koşulları; işletme içi ve dışı koşullar; genel çevre koşulları; satın alma davranışları				
	Decision making in marketing; marketing planning; marketing management process; environmental conditions of marketing; internal and external conditions; general environmental conditions; purchasing behavior				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hedef pazar kararları; pazarlama karma elemanlarına ilişkin kararlar; ürün kararları, fiyat kararları, dağıtım kararları, tutundurma kararları				
	Target market decisions; decisions regarding marketing mix elements; product decisions, price decisions, distribution decisions, promotion decisions				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ve sponsorluk				
	Advertising and sponsorship				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama faaliyetlerinin denetimi, pazarlama anlayışında gelişmeler, modern pazarlama anlayışının unsurları				
	Supervision of marketing activities, developments in marketing understanding, elements of modern marketing concept				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sporda Fiyatlandırma Stratejileri				
	Pricing Strategies in Sports				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Rekabetçi pazarlama stratejileri, tüketici davranışları				
	Competitive marketing strategies, consumer behavior				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Arasınan				
	Midterm				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Spor Pazarlamasında Halkla İlişkiler				
	Public Relations in Sports Marketing				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sporda Tutundurma				
	Promotion in Sports				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal pazarlama açısından spor pazarlaması, spor hizmetlerinin özellikleri				
	Sports marketing in terms of social marketing, features of sports services				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Spor talebine etki eden faktörler				
	Factors affecting the demand for sports				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Karmasının Koordinasyonu ve Kontrolü				
	Coordination and Control of Marketing Mix				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Genel tekrar ve tartışma				
	General review and discussion				

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	45.00	45.00
Final Sınavı / Final Examination	1	45.00	45.00
Toplam / Total:	2	90.00	90.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 90.00/30.00 = 3.00 ~ 3.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 90.00 / 30.00 = 3.00 ~ 3.00			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes						
	1.1.1	1.1.2	2.1.1	3.1.1	3.2.1	3.3.1	3.4.1
1.1.Spor pazarlamasını farklı kılan özellikleri kavramak 2.Spor pazarlaması yönetimini anlamak 3.Spor tüketicilerinin karar verme sürecini anlamak 4.Spor pazarlamasına yönelik araştırma tasarlayabilmek ve yürütebilmek 5.Spor ürünü yaratabilmek ve geliştirebilmek 6.Uygulayabilir spor pazarlama karması stratejileri oluşturabilmek / 1. Understanding the features that make sports marketing different 2. Understanding sports marketing management 3. Understanding the decision-making process of sports consumers 4. Being able to design and conduct research on sports marketing 5. To be able to create and develop sports products 6. To be able to create applicable sports marketing mix strategies		3	4	3	4	2	5

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