



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Spor Pazarlaması							
Ders Kodu		AEB224		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	3	İş Yüğü	76 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Spor pazarlamasının gelişimi, özellikleri, yönetimi ve uygulamalarının kontrolünü, denetimine yönelik öğrenci becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.							
Özet İçeriği		Spor pazarlarının analizi, sporda tüketim ve tüketici kavramı, spor tüketicisinin davranışları, bölümlleme, hedefleme ve konumlama, ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma, medya kullanımına yönelik stratejileri.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ders Koşulları

Denk Ders	YÖN224
-----------	--------

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Argan M., Katırcı H. (2002). Spor Pazarlaması, Nobel Yayın Dağıtım
2	Bernard Mullin, Stephen Hardy, William Sutton (2014) Sport Marketing, Human Kinetics
3	Shilbury D., Westerbeek H., Quick S., Funk D. (2009) Strategic Sport Marketing. Allen and Unwin, Sydney
4	Shank M. (1999). Sport Marketing. Prentice Hall. New Jersey
5	Michael Fetchko, Donald P. Roy, Kenneth E. Clow (2012) Sports Marketing, Routledge; 1 edition
6	Aaron C. T. Smith , Bob Stewart (2015) Introduction to Sport Marketing, Routledge

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Pazarlama ile ilgili temel kavramlar; pazarlamanın gelişim aşamaları; pazarlama fonksiyonları
2	Teorik	Pazarlamada karar verme; pazarlama planlaması; pazarlama yönetim süreci; pazarlamanın çevre koşulları; işletme içi ve dışı koşullar; genel çevre koşulları; satın alma davranışları
3	Teorik	Hedef pazar kararları; pazarlama karma elemanlarına ilişkin kararlar; ürün kararları, fiyat kararları, dağıtım kararları, tutundurma kararları
4	Teorik	Reklam ve sponsorluk
5	Teorik	Pazarlama faaliyetlerinin denetimi, pazarlama anlayışında gelişmeler, modern pazarlama anlayışının unsurları
6	Teorik	Sporda Fiyatlandırma Stratejileri
7	Teorik	Rekabetçi pazarlama stratejileri, tüketici davranışları
8	Ara Sınav (Vize)	Ara sınav
9	Teorik	Spor Pazarlamasında Halkla İlişkiler
10	Teorik	Sporda Tutundurma
11	Teorik	Sosyal pazarlama açısından spor pazarlaması, spor hizmetlerinin özellikleri
12	Teorik	Spor talebine etki eden faktörler
13	Teorik	Pazarlama Karmasının Koordinasyonu ve Kontrolü
14	Teorik	Genel tekrar ve tartışma
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	1	3	56



Ödev	3	1	2	9
Seminer	1	3	2	5
Ara Sınav	1	1	2	3
Dönem Sonu Sınavı	1	1	2	3
Toplam İş Yüğü (Saat)				76
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				3
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

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

Program Çıktıları (Antrenörlük Eğitimi Programı)

1	Antrenörlük alanındaki ve antrenörlük ile ilişkili disiplinlerdeki kavramlar, kuramlar, ilkeler ve olgular ile ilgili kapsamlı ve sistemli bilgi sahibidir ve bu bilgileri iş ortamında yorumlar ve kullanır
2	Antrenörlük mesleği ile ilişkili belirli çalışma alanında uzmanlaşarak alanında planlama, programlama, yönetme ve kontrol fonksiyonlarını yerine getirir
3	Uzmanlık alanı ile ilgili sahip olduğu bilgi birikimini kullanarak bu alanda çalışan diğer meslek gurupları ile işbirliği iç inde ekip üyesi olarak sorumluluk alır
4	Antrenörlük uzmanlık alanı ile ilgili faaliyetleri planlayabilme, koordinasyon, yönetme ve kontrol fonksiyonlarını yerine getirir
5	Antrenörlerin görev, hak ve sorumlulukları ile ilgili yasa, yönetmelik ve mesleki etik kurallarına uygun davranır
6	Antrenörlük uzmanlık alanı ile ilgili sorunları bilimsel teknikleri kullanarak bilgileri analiz eder, sorunları çözümünde farklı seçenekleri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirir ve öngörölme ve karmaşık sorunları çözer
7	Uzmanlık alanına özgü bilimsel bilgi üretme sorumluluğunu yerine getirir/tanımlayıcı düzeyde araştırma yapar
8	Yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum geliştirir ve davranışa dönüştürür
9	Antrenörlük uzmanlık alanının gerektirdiği düzeyde istatistik, bilgisayar, bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilir
10	Profesyonel kimliği ile mesup olduğu hedef kitlelere, meslektaşlarına rol model ve topluma örnek olur

