



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR YÜKSEKOKULU
SPOR YÖNETİCİLİĞİ BÖLÜMÜ
SPOR YÖNETİCİLİĞİ PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Spor Ve Halkla İlişkiler								
Ders Kodu	SYB209			Ders Düzeyi			Lisans		
AKTS Kredi	3	İş Yüğü	75 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Halkla ilişkilerin Tanımı ve Karması; Dünyada Türkiye'de Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi; Halkla İlişkiler Bölümünün Spor Organizasyonu İçerisindeki Yeri ve Önemi; Kamu ve Özel Kuruluşlarda Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sporun Kullanımı; Halkla İlişkiler Araçları: Yazılı araçlar, Görsel-İşitsel araçlar, Diğer araçlar; Halkla İlişkilerde Kullanılan Teoriler ve Spor Uygulamaları; Spor Organizasyonlarındaki Halkla İlişkiler Kampanyası İletişim Aşamaları: Problem tanımı, Amaçların belirlenmesi, Hedef kitle saptaması, Mesajın belirlenmesi, Taktikler ve araçlar								
Özet İçeriği	Halkla ilişkilerin tanımı ve önemi, tarihsel süreç içinde hangi ihtiyaçlar sonucunda ortaya çıktığı, Halkla ilişkilere yakın kavramlar, halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılan araçlar, Halkla ilişkiler ve medya ilişkisi, Basın bülteni, basın toplantısı ve basın dosyası hazırlanması, Halkla İlişkiler Kampanyaları.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Gösterip Yaptırma, Örnek Olay								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ders Koşulları

Denk Ders	SYB215
-----------	--------

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Halkla İlişkiler ve İletişim, Ahmet Yatkın, Ümmühan Nazan Yatkın, Nobel Yayın Dağıtım, 3. Baskı, Ankara, 2010.
2	Halkla İlişkiler ve İletişim, Fatma Geçikli, Beta Basım Yayın, 2. Baskı, İstanbul, 2010.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Halkla İlişkilerin Tanımı ve Önemi, Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi, Halkla İlişkiler Çeşitleri
2	Teorik	Sosyal Sorumluluk, Sosyal Sorumluluk Kavramı İçinde Halkla İlişkilerin Yeri
3	Teorik	Halkla İlişkilere Yakın Kavramlar, Toplam Kalite Yönetimi ve Halkla İlişkiler, Örgüt Kültürü ve Halkla İlişkiler
4	Teorik	Halkla İlişkiler ve Etkin İletişim Teknikleri
5	Teorik	Halkla İlişkilerde İzlenen Amaçlar, Halkla İlişkilerde Temel İlkeler
6	Teorik	Halkla İlişkilerin Örgütlenmesi, İşyerinde ve Çalışanlarda Halkla İlişkiler Açısından Bulunması Gereken Özellikler
7	Teorik	Halkla İlişkiler Yönetimi
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	İşletmelerde Halkla İlişkiler Politikasında Hedef Kitle
10	Teorik	Halkla İlişkilerde Tanıma Yöntemleri, Halkla İlişkilerde Tanıtımda Faydalanılan Araç ve Yöntemler
11	Teorik	Sanal Ortamda Halkla İlişkiler
12	Teorik	Kriz Dönemlerinde Halkla İlişkiler
13	Teorik	Halkla İlişkilerde Kullanılan Araç ve Yöntemler
14	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu 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	0	3	42
Arazi Çalışması	2	5	3	16



Ara Sınav	1	6	1	7
Dönem Sonu Sınavı	1	9	1	10
Toplam İş Yüğü (Saat)				75
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				3

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Halkla ilişkilerin amaçları anlar.
2	Halkla ilişkilerin çeşitlerini geliştirir.
3	Pro-aktif ve reaktif halkla ilişkilerin önemini ve zamanlamasını bilir.
4	Kriz Dönemlerinde Halkla İlişkileri bilir.
5	Halkla İlişkiler Politikasında Hedef Kitleyi bilir.

Program Çıktıları (Spor Yöneticiliği Programı)

1	Yönetim ve organizasyonun unsurlarını açıklayabilmek ve yönetim fonksiyonlarını spor organizasyonlarına uygulayabilmek.
2	Spor yönetimi alanının disiplinlerarası (interdisipliner) ve multidisipliner yapısını anlayabilmek.
3	Spor endüstrisinin yanı sıra genel işletme alanlarının da yönetimi ile ilişkili bilgi, beceri ve değerleri üst düzeyde kavramak
4	Ülkemizde ve Dünya'da sporu şekillendiren, aynı zamanda da etkileyen iç ve dış faktörleri belirleyebilmek ve açıklayabilmek
5	Seçmiş olduğu spor branşının teknik taktik ve yönetsel becerilerini kavramak ve yorumlayabilmek
6	Proje ve program planları yaratma, uygulama ve değerlendirme yeteneği
7	Spor organizasyonları için finansal açıdan stratejiler geliştirmek, bütçeleri, gelir kaynaklarını ve harcamaları değerlendirmek
8	Sportif organizasyonlarda etik ilkelerin finansal, pazarlama ve yönetsel karar alma sürecini nasıl etkilediğini kavramak ve yorumlamak
9	Spor pazarlamasının ulusal ve uluslar arası düzeyde temel ilke ve yöntemlerini bilmek.
10	Nitel ve nicel analizleri anlamak ve etkin olarak kullanabilmek

