



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

Dersin Adı	Sporda Halkla İlişkiler								
Ders Kodu	SYB327			Ders Düzeyi			Lisans		
AKTS Kredi	3	İş Yüğü	75 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Halkla ilişkilerin tanımı amacını, doğuşunu ve gelişimini iletişim sürecini öğelerini, iletişim türlerini engellerini, bu engellerinin giderilmesini ve iletişimde kaliteyi kavratmak.								
Özet İçeriği	Halkla ilişkilerin tanımı amacını, doğuşunu ve gelişimini iletişim sürecini öğelerini ve iletişimde kaliteyi kavratmak.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay, Bireysel Çalışma								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Gül Coşkun, Nilay Başok Yurdakul, Nilay Başok (2014) Teoriden Pratiğe Halkla İlişkiler Projeleri, Nobel Akademik Yayıncılık
2	Ali Gürel Göksel (2016) Spor Yönetiminde Halkla İlişkiler ve İletişim, Türkiye Alim Kitapları
3	Ayşen Akyüz (2017) Spor Sponsorluğu ve İmaj Transferi, Alfa Yayıncılık
4	Aydemir Okay (1998) Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sponsorluk, Epsilon Yayıncılık

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Spor basını ve halkla ilişkiler kavram ilişkisi.
2	Teorik	İletişim, iletişim modülleri, halkla ilişkiler ve iletişim, ikna kuramları.
3	Teorik	Farklı ülkelerden halkla ilişkiler örnekleri ve karşılaştırma.
4	Teorik	Halkla ilişkilerde reklam, propaganda ve pazarlama.
5	Teorik	Halkla ilişkilerin örgüt yapısına ve yönetime etkisi.
6	Teorik	Halkla ilişkilerin hedef kitle, spor alanlarında hedef kitle.
7	Teorik	Sporda halkla ilişkiler süreci, yöntem ve aracı.
8	Ara Sınav (Vize)	Arasınav
9	Teorik	Spor içerisinde sponsorluk ve destek etkinlikler.
10	Teorik	Kriz durumunda halkla ilişkiler. Spordan örnekler.
11	Teorik	İtibar yönetimi ve spor yönetiminde kurumsal saygınlığın oluşturulması.
12	Teorik	Kamusal alanda halkla ilişkiler.
13	Teorik	Etkili sunum teknikleri, sözsüz iletişim, konuşma metni hazırlama.
14	Teorik	Spor içinden halkla ilişkiler örnekleri.
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	0	3	42
Bireysel Çalışma	1	10	2	12
Ara Sınav	1	9	1	10
Dönem Sonu Sınavı	1	10	1	11
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 ilişkiler kavramının oluşum ve gelişim süreçlerini, problemlerini, yönetimindeki rolünü, önemini bilir ve açıklar.
2	Spor basını ve halkla ilişkiler kavramları arasındaki ilişkiyi bilir ve açıklar.
3	Kitle iletişim araçlarının spor yönetimindeki yeri ve önemini bilir ve açıklar. Halkla ilişkiler kavramı ile bütünleştirerek açıklayabilir.
4	Türkiye spor yönetiminde halkla ilişkiler kavramının önemini bilir.
5	Halkla İlişkiler kampanyası iletişim aşamalarını gerçekleştirebilir

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

