



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Spor ve İletişim							
Ders Kodu		HIT237		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	3	İş Yüğü	75 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		sporun şirketler için büyük bir pazar olduğunu öğretmek							
Özet İçeriği		spor endüstrisi,spor ürünlerinin pazarlaması,iletişim unsurları,iletişimde algılama rolü,büyük şirketlerin reklam aracı olarak sporu kullanmaları.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay, Problem Çözme							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	İletişim ve Spor
2	Spor iletişimi

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	İletişimin tanımı ve içeriğı
2	Teorik	Sporun Özellikleri
3	Teorik	Spor ve Serbest zaman
4	Teorik	Spor Endüstrisi ve Pazarlama
5	Teorik	Spor Endüstrisinin Boyutları ve Gelişimini Etkileyen Faktörler
6	Teorik	Sporda Tüketici Davranış Modeli
7	Teorik	Sporda Öğrenme ve Öğretme Sürecinde İletişim
8	Ara Sınav (Vize)	Ara sınav
9	Teorik	Spor Pazarının Bölümlendirilmesi
10	Teorik	Sportif Ürün
11	Teorik	Sportif Fiyatlandırma, Fiyatlandırma Kararını Etkileyen Faktörler ve Fiyatlandırma Stratejileri
12	Teorik	Sporda Pazarlama İletişimi
13	Teorik	Stratejik Spor Pazarlaması Yönetimi
14	Teorik	Kitle İletişim Araçları ve Spor
15	Teorik	Değerlendirme
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu Sınavı (Final)

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	2	1	42
Ara Sınav	1	15	1	16
Dönem Sonu Sınavı	1	16	1	17
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	spor ürünlerinin pazarlanması
---	-------------------------------



2	spor endüstrisini açıklar
3	spor ve iletişim ile ilgili kavramları açıklama
4	iletişim unsurlarını açıklarlar
5	şirketlerin reklam aracı olarak sporu kullanması

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı)

1	Genel olarak İletişim, özel olarak Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına ilişkin formasyona sahip olup, alanın tarihsel gelişim ve değişim süreçlerini öğrenerek kuramsal ve uygulamalı yetkinlik gösterebilme.
2	İletişimin disiplinler arası zenginliğine dayanarak ilgili alanlara ilişkin genel ve güncel sorunları tespit etmek ve çözüm için yöntem belirleyebilme.
3	Disiplinler arası bilgi birikimini İletişim ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına taşıyabilme ve bu çerçevede sorunları alanda çözümleyebilme.
4	Alanıyla ilgili etik ve hukuk kurallarını bilme, özümseme ve uygulayabilme.
5	Alanda geçerli bir yabancı dili kullanarak alan bilgisini derinleştirme ve gerekli diğer uluslar arası paydaşlarla iletişim kurabilme.
6	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.
7	Bir örgütsel yapı için Halkla İlişkiler, reklâm ve pazarlama programı kampanyaları ve süreçlerine hâkim olabilir ve hazırlayabilirler.
8	Araştırma yöntemlerine hâkim olarak iletişim alanında haber, reklâm, vb. metinleri çözümleyebilirler ve yaratıcı ve eleştirel metinler üretebilirler.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	4	5	5	4	5
PÇ2	5	4	5	5	4
PÇ3	4	4	3	4	4
PÇ4	4	5	3	5	5
PÇ5	4	5	4	5	4
PÇ6	5	3	4	5	5
PÇ7	4	5	5	4	5
PÇ8	3	4	4	5	4

