

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
(MB) SEÇMELİ II SPOR PAZARLAMASI	2101823	VIII	3+0	3	4
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Günümüz yaşam koşulları dikkate alındığında, sporseverlerin paralarını ve zamanlarını harcayabilecekleri seçenekleri ve izleyebilecekleri etkinlikler hiç bu kadar çok olmamıştı. Amatör ruhla, özünde yarışma kültürünü temel alan spor kavramı, artık bir endüstri haline gelirken, toplumsal ve teknolojik gelişmelerinde etkisinde kalmaktadır. Ticari bir unsur haline gelen sporun pazarlamasında uygulanan teknikler ve bunların hem akademik hem de sektörel açıdan değerlendirilmesi ise dersin amacını oluşturmaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<p><b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Öğrenciler spor pazarlaması ile ilgili temel kavramları ve kendine has özellikleri tanımlayacaktır</li> <li>2. Öğrenciler sporda tüketici ve endüstriyel pazarı analiz edecektir.</li> <li>3. Öğrenciler makro-mikro çevresel faktörler ile spor pazarlaması arasındaki ilişki ve farklılıkları açıklar.</li> <li>4. Öğrenciler spor alanında pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması uygulamalarını tanıır</li> </ol>				
Dersin İçeriği					
<b>Haftalar</b>					
1	Spor pazarlaması dersinin amacı ve dersle ilgili temel kaynaklar				
2	Spor endüstrisi ve spor pazarlaması				
3	Spor pazarlaması yönetimi				
4	Spor pazarlamasında bilgi sistemi ve pazarlama				
5	Tüketici davranışı				
6	Tüketici davranışı				
7	Ara Sınav				
8	Fiyatlandırma kararları				
9	Spor pazarlama karması ve pazarlama karması özellikleri. Spor ürünü				
10	Tutundurma: Reklam, halkla ilişkiler				
11	Tutundurma: Reklam, halkla ilişkiler				
12	Tutundurma: Kişisel satış, satış tutundurma				
13	Spor sponsorluğu ve sinsi pazarlama				
14	Spor sponsorluğu ve sinsi pazarlama				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Spor pazarlaması ile ilgili güncel bilgilere sahip olur.</li> <li>2. Spor pazarlaması alanında edindiği ileri düzeydeki kuramsal ve uygulamalı bilgileri kullanabilir.</li> <li>3. Spor pazarlaması alanından edindiği ileri düzeydeki bilgi ve becerileri kullanarak verileri yorumlayabilme ve değerlendirebilme yeteneği kazanır.</li> <li>4. Pazarlamada analiz edebilme, araştırmalara alanı ile ilgili verilere yönelik kanıtlara dayalı çözüm önerileri geliştirebilir.</li> <li>5. Alanla ilgili temel spor yönetimi kavramlarını ve prensipleri tanımlayabilir.</li> <li>6. Alan ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı bağımsız olarak yürütebilir.</li> <li>7. Alan ile ilgili bir probleminin çözümünde gerek bireysel gerekse grup elemanı olarak sorumluluk alabilir.</li> </ol>					

