



T.C.
Yalova Üniversitesi
Spor Bilimleri Fakültesi
Spor Yöneticiliği Bölümü Ders İzlemleri
Yalova University
Faculty of Sports Sciences
Department of Sports Management Lesson Plans

DERS/ LESSON	Kodu/Code	Yarıyıl/ Midterm	Teori/ Teorical	Uygulama/ Application	Ders Saati/Lesson Hour	Kredi/ Credit	AKTS/ ECTS
YÖN 206 — Spor Pazarlaması (Sport Marketing)	YÖN 206	4	3	0	3	3	5

GENEL BİLGİLER/ GENERAL INFORMATION

Dersin Dili / Language	Türkçe / Turkish
Dersin Türü/ Type of Lesson	Teorik/ Teorical
Dersin Amacı / Aim of the Lesson	Dersin amacı; öğrencilere, ürün çeşidi, fiyatlandırma, tutundurma kampanyası ve dağıtım hizmetlerini tüketiciyle bir araya getirme süreçlerini düzenleyebilme, spor yoluyla yapılan pazarlama faaliyetlerini planlanma ile ilgili bilgi ve beceri kazandırmaktır. The aim of the course is to provide students with the knowledge and skills to organize the processes of bringing product variety, pricing, promotional campaigns and distribution services together with the consumer, and to plan marketing activities through sports.
Dersin İçeriği / Lesson Content	Dersin İçeriği (TR): Spor ürününün doğası; tüketici davranışı ve taraftar psikolojisi; pazar araştırması ve bölümlendirme; hedefleme ve konumlandırma; marka yönetimi ve kimlik; ürün ve fiyatlandırma stratejileri; dağıtım/kanallar ve biletleme; tutundurma karması, sponsorluk ve aktivasyon; dijital/sosyal medya, içerik ve topluluk yönetimi; CRM ve veri analitiği; lisanslama/merchandising; ölçüm–ROI ve etik. Course Content (EN): Nature of the sport product; consumer behavior & fan psychology; market research and segmentation; targeting and positioning; brand management & identity; product and pricing strategies; distribution/channels and ticketing; promotion mix, sponsorship & activation; digital/social media, content & community management; CRM & analytics; licensing/merchandising; measurement–ROI and ethics.
Önerilen Kaynaklar/ Recommended Sources	<ul style="list-style-type: none"> • Mullin, B., Hardy, S., & Sutton, W. (2014). Sport Marketing. Human Kinetics. • Shank, M. D., & Lyberger, M. R. (2015). Sports Marketing: A Strategic Perspective. Routledge. • Pitts, B. G., & Stotlar, D. K. (2013). Fundamentals of Sport Marketing. FIT. • Smith, A., & Stewart, B. (2015). Introduction to Sport Marketing. Routledge. • Fullerton, S., & Merz, G. R. (2008). Sports Marketing. McGraw-Hill.
Öğretme Yöntemleri/ Teaching Methods	Anlatım, tartışma, vaka analizi, grup kampanya projesi, kısa uygulamalar, saha/klüp–marka gözlemi. Lecture, discussion, case study, group campaign project, short applications, field/club-brand observation.
Dersin Verilişi/ Teaching the Lesson	Yüzyüze/ Face to Face



T.C.
Yalova Üniversitesi
Spor Bilimleri Fakültesi
Spor Yöneticiliği Bölümü Ders İzlemleri
Yalova University
Faculty of Sports Sciences
Department of Sports Management Lesson Plans

Dersin Öğrenme Çıktıları/ Learning Outcomes	<p>Türkçe (TR):</p> <ol style="list-style-type: none">ÖÇ1. Spor pazarlamasının temel kavram ve yaklaşımlarını açıklar.ÖÇ2. Spor tüketicisi/taftar davranışını analiz ederek pazar araştırması yürütür.ÖÇ3. STP (bölümlendirme-hedefleme-konumlandırma) tasarlar ve raporlar.ÖÇ4. Pazarlama karması (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) ve sponsorluk stratejileri geliştirir.ÖÇ5. Dijital/sosyal medya, içerik ve CRM uygulamalarıyla taraftar etkileşimini planlar.ÖÇ6. Kampanya performansını ölçer, ROI ve etik ilkeler doğrultusunda değerlendirir. <p>English (EN):</p> <ol style="list-style-type: none">LO1. Explain core concepts and approaches of sport marketing.LO2. Analyze sport consumer/fan behavior and conduct market research.LO3. Design and report STP (segmentation-targeting-positioning).LO4. Develop marketing mix and sponsorship strategies.LO5. Plan fan engagement via digital/social media, content and CRM.LO6. Measure campaign performance and evaluate ROI & ethics.
--	---

HAFTALIK İÇERİK/ WEEKLY CONTENT

HAFTA/WEEK	KONULAR/ TOPICS
1	Spor pazarlamasına giriş; spor ürününün doğası / Intro & nature of sport product
2	Spor tüketicisi ve taraftar davranışı / Sport consumer & fan behavior
3	Pazar araştırması ve veri toplama / Market research & data collection
4	Pazar bölümlendirme (segmentation) / Market segmentation
5	Hedefleme ve konumlandırma (targeting & positioning) / Targeting & positioning
6	Marka yönetimi ve kimlik / Brand management & identity
7	Ara Sınav / Midterm
8	Ürün ve fiyatlandırma stratejileri / Product & pricing strategies
9	Dağıtım kanalları, biletleme ve deneyim / Place, ticketing & experience
10	Tutundurma karması I: reklam, halkla ilişkiler / Promotion mix I: advertising, PR
11	Tutundurma karması II: satış geliştirme, kişisel satış / Promotion mix II: sales promo, personal selling
12	Sponsorluk ve aktivasyon / Sponsorship & activation
13	Dijital/sosyal medya, içerik, CRM ve veri analitiği / Digital/social, content, CRM & analytics
14	Lisanslama-merchandising; ölçüm, ROI ve etik / Licensing-merchandising; measurement, ROI & ethics

DEĞERLENDİRME ETKİNLİKLERİ / EVALUATION ACTIONS

ETKİNLİKLER / ACTIONS	SAYI/ NUMBER	KATKI YÜZDESİ (%) / CONTRIBUTION PERCENTAGE (%)
Ara Sınav (Midterm)	1	40
Final Sınavı (Final Exam)	1	60
Vaka/ödev (Case/Assignment)		
Kısa quiz/uygulama (Quiz/Practical)		
Toplam / Total	2	100



T.C.
Yalova Üniversitesi
Spor Bilimleri Fakültesi
Spor Yöneticiliği Bölümü Ders İzlemleri
Yalova University
Faculty of Sports Sciences
Department of Sports Management Lesson Plans

İŞ YÜKLERİ (AKTS HESAPLAMASI) / WORKLOADS (ECTS CALCULATION)

İÇERİK/ CONTENTS	SAYI/NUMBER	SÜRE (SAAT)/ DURATION (HOURS)	TOPLAM (SAAT)/ TOTAL (HOURS)
Ders (Lecture)	14	3	42
Ders öncesi okuma / Pre-class reading	14	1	14
Ders sonrası bireysel çalışma / Individual study	14	2	28
Vaka raporları (Short case write- ups)	4	3	12
Ara sınav + hazırlık / Midterm + prep	1	8	8
Final + hazırlık / Final + prep	1	16	16
Toplam İş Yükü/Total Workload			120
AKTS (Toplam/25) / ECTS (Total/25)			≈5

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI/ PROGRAM AND LEARNING OUTCOMES

**ÖĞRENME ÇIKTISI (ÖÇ) – PROGRAM ÇIKTISI (PÇ) İLİŞKİSİ/LEARNING OUTCOME (LO) – PROGRAM
OUTCOME (PO) RELATIONSHIP**

		P.Ç.1	P.Ç.2	P.Ç.3	P.Ç.4	P.Ç.5	P.Ç.6	P.Ç.7	P.Ç.8	P.Ç.9	P.Ç.10
DERS ÖĞRENME ÇIKTILARI/ LESSON LEARNING OUTCOMES	1.	5	5	4	3	4	3	4	3	3	3
	2.	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3
	3.	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3
	4.	3	4	4	5	3	4	3	3	3	3
	5.	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4

DERS – PROGRAM ÇIKTISI (PÇ) İLİŞKİSİ/ COURSE – PROGRAM OUTCOME (PO) RELATIONSHIP

DERS/LESSON	P.Ç.1	P.Ç.2	P.Ç.3	P.Ç.4	P.Ç.5	P.Ç.6	P.Ç.7	P.Ç.8	P.Ç.9	P.Ç.10
YÖN 206 — Spor Pazarlaması (Sport Marketing)	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4

POLİTİKALAR/ POLICIES

1	Devamsızlık/ Attendance	Üniversite yönergeleri esas alınır. %70 ders devam zorunludur. University guidelines apply. 70% class attendance is mandatory.
2	Telafi/ Compensation	Mazeretli sınav/teslim, belgeli durumlarda bölüm kurulu ilkelerine göre yapılır. Excused exams/submissions are conducted in accordance with departmental committee principles in documented cases.
3	Akademik Dürüstlük/ Academic Integrity	İntihal, kopya ve izinsiz yapay zekâ kullanımı yasaktır. İhlalde not iptali ve disiplin süreçleri uygulanır.



T.C.
Yalova Üniversitesi
Spor Bilimleri Fakültesi
Spor Yöneticiliği Bölümü Ders İzlemleri
Yalova University
Faculty of Sports Sciences
Department of Sports Management Lesson Plans

		Plagiarism, copying, and unauthorized use of artificial intelligence are prohibited. Violations will result in grade cancellation and disciplinary proceedings.
4	Dijital Gönderimler/ Digital Submissions	Ödevler ilan edilen sisteme zamanında yüklenir; geç yüklemelerde yönerge uygulanır. Assignments are uploaded to the designated system on time; guidelines are applied for late submissions.

Erişilebilirlik ve Uyumlaştırma/ Accessibility and Accommodations

Özel gereksinimi olan öğrenciler için ek süre, alternatif sınav/ödev ve fiziksel/işitsel düzenlemeler sağlanır. Öğrenci, dönem başında öğretim elemanı ve bölümle iletişime geçmelidir.
Students with special needs are provided with additional time, alternative exams/assignments, and physical/auditory accommodations. Students should contact the instructor and department at the beginning of the semester.