

YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ - SPOR BİLİMLERİ FAKÜLTESİ																
SPOR YÖNETİCİLİĞİ BÖLÜMÜ																
DERS İZLENESİ																
Ders Kodu: SPY208	Ders Adı: KURUMSAL İLETİŞİM YÖNETİMİ									Dersin Statüsü: ZORUNLU			Kredi:3		AKTS:3	
Ders Dili: TÜRKÇE	Dersin Türü:Yüz yüze					Ön Koşul: YOK		Yıl:2025-2026			Dönem: BAHAR			Devam: %70		
Haftalık Ders Saatleri	Sınıf saati				Laboratuvar		Uygulama		Öğrenme Oturumları							
	3								*PÇ		*BP		*D		*Ö	
									0		0		0		0	
Dersin Öğrenme Kazanımları (Çıktıları)	Bu dersi tamamladıklarında öğrenciler,															
	► ÖK1	Kurumsal iletişimin temel kavramlarını ve spor kurumlarındaki kullanımını açıklar.														
	► ÖK2	Kurum içi ve kurum dışı iletişim kanallarını spor kurumları açısından karşılaştırır.														
	► ÖK3	Sporun kurumların hedef kitlelerle iletişimindeki işlevini örneklerle açıklar.														
	► ÖK4	Spor sponsorluğu ve kurumsal tanıtımın temel biçimlerini ayırt eder.														
	► ÖK5	Kurum içi iletişimde sporun kullanımına ilişkin örnekleri değerlendirir.														
	► ÖK6	Spor sponsorluklarının iletişim hedeflerine katkısını temel göstergeler üzerinden değerlendirir.														
	► ÖK7	Kurumsal iletişimde sporun kullanımı örneklerine dayalı olarak stratejik öneriler geliştirir														
	► ÖK8	Geleneksel medyada spor sponsorluğunun kullanımını örnekler üzerinden açıklar.														
Öğrenme Kazanımının Program Yeterlilikleri ile İlişkisi		PY 1	PY 2	PY 3	PY 4	PY 5	PY 6	PY 7	PY 8	PY 9	PY 10	PY 11	PY 12	PY 13	PY 14	PY 15
	ÖK 1	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	ÖK 2	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	ÖK 3	3	3	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	ÖK 4	3	3	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	ÖK 5	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	ÖK 6	3	3	1	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	ÖK 7	3	3	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	ÖK 8	3	3	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Katkı Düzeyi				1: Yok		2: Zayıf		3: Orta		4: İyi			5: Çok iyi		
Ders Tanımı	Bu ders, spor kurumlarının kurum içi ve kurum dışı iletişim kanallarını; spor sponsorluğu, kurumsal tanıtım, küresel markalaşma ve spor organizasyonlarının iletişimde kullanımını örnekler üzerinden ele alır.															
Dersin Amaçları	Kurum içi ve kurum dışı iletişim kanallarında spor unsurlarından yararlanma yöntemleri ile ilgili teorik ve pratik beceriyi kazandırmaktır.															
Ders Kitabı / Kaynaklar	1	Akşar, T. (2005). Endüstriyel Futbol. Literatür Yayınları.Dağıtım, İstanbul.														
	2	Çelik, F. (2020). Kurumsal Spor İletişimi ve Sosyal Medya. Akademisyen Kitabevi.														
	3	Erdemli, A. (1996). İnsan, Spor ve Olimpizm. Sarmal YayıneviPres.														
	4	Jennings, A & Simson, V. (1994). Olimpiyatlar, Sahtekarlık ve Mafya. Milliyet Yayınları.														
	5															
Dersin Öğretim Yöntemleri	Anlatım, sunum, tartışma															
Ders İçeriği	Bu ders; Kurumsal İletişim Kanalları,Kurumsal İletişimde Sporun Var Oluşu,Spor Sponsorlukları,Konvansiyonel Medyada Spor Sponsorlukları,Küresel Sponsorluklar İçinde Tanıtım Hedefi,Küresel Markalaşma/Sponsorluk Ayrımı,Spor Organizasyonlarında Kurumsal Tanıtım,Kurum içi iletişimde sporun kullanımı,Örnek Çalışma,Spor Sponsorluklarının Geri Dönüş Ölçümlemesi,Kurumsal İletişim ve Küreselleşmede Farklılıklar,Olimpizm ve Kurumsal İletişim,Kurumsal İletişimde Spor Kullanımı Örnekleri,Kurumsal İletişimde Spor Kullanımı Örnekleri; konularını içermektedir.															
Haftalık İşlenecek Konular	Hafta	Konu										Etkinlikler		Kaynak		
	1	Kurumsal İletişim Kanalları										Anlatım, soru-cevap		1&2&3		
	2	Kurumsal İletişimde Sporun Var Oluşu										Anlatım, soru-cevap		1&2		
	3	Spor Sponsorlukları										Anlatım, soru-cevap		1&2		
	4	Konvansiyonel Medyada Spor Sponsorlukları										Anlatım, soru-cevap		1&2&3		
	5	Küresel Sponsorluklar İçinde Tanıtım Hedefi										Anlatım, soru-cevap		1&2&3		
	6	Küresel Markalaşma/Sponsorluk Ayrımı										Anlatım, soru-cevap		1&2&3&4		
	7	Spor Organizasyonlarında Kurumsal Tanıtım										Anlatım, soru-cevap		1&2&3&4		
	8	Vize sınavı														
	9	Kurum içi iletişimde sporun kullanımı										m, soru-cevap, sınav değerlend		1&2&3&4		
	10	Spor Sponsorluklarının Geri Dönüş Ölçümlemesi										Anlatım, soru-cevap		1&2&3&4		
	11	Kurumsal İletişim ve Küreselleşmede Farklılıklar										Anlatım, soru-cevap		1&2&3&4		
	12	Olimpizm ve Kurumsal İletişim										Anlatım, soru-cevap		1&2&3&4		
	13	Kurumsal İletişimde Spor Kullanımı Örnekleri										Anlatım, soru-cevap		1&2&3&4		
	14	Kurumsal İletişimde Spor Kullanımı Örnekleri										Anlatım, soru-cevap		1&2&3&4		
	15	Kurumsal İletişimde Spor Kullanımı Örnekleri										Anlatım, soru-cevap		1&2&3&4		
	16	Final Sınavı														
Değerlendirme Kriterleri	Yöntem								Katkısı %	Kaynak		Ölçülen Öğrenme Kazanımları (Çıktıları)				
	1	Vize sınavı							40%			ÖK1, ÖK2, ÖK3, ÖK4				
	2	Final Sınavı							60%			ÖK1, ÖK2, ÖK3, ÖK4, ÖK5, ÖK6, ÖK7, ÖK8				
	3															
	4															
	5															
	6															
Yapay Zeka Kullanım Sınırlılıkları	*															
	*	Konu araştırmalarına yönelik bilgilerin toplanmasında Yapay Zeka'dan yararlanılmamalıdır.														
	*															
	*															
	*															
Öğrenme Programı																
Eğitim Aracı						Miktar	Öğrenci İş Yüğü (Saat)		Eğitim Aracı			Miktar	Öğrenci İş Yüğü (Saat)			
Ders Saati:						14	3	42								
Derse Hazırlık:						14	2	28								
Vize Sınavı Hazırlık						1	4	4								
Vize Sınavı						1	1	1								
Final Sınavı Hazırlık						1	4	4								
Final Sınavı						1	1	1								
Örnek Olay/Kaynak İnceleme:						10	1	10								
Toplam İş Yüğü:						90			Öngörülen AKTS Kredisi (Toplam İş Yüğü / 30) :			3	Yaklaşık:	3		
*Etlinlikler için: PÇ: Problem Çözme Oturumları BP: Bilgi Pekiştirici Oturumlar D: Düzeltici Oturumlar Ö: Öğretici Oturumlar																