



| Ders Adı        | Kodu                                                                                                                                                                                                   | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S   |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|------|---------|
| Sponsorluk      | REK235                                                                                                                                                                                                 | 3       | 2 + 1    | 4,0  | Seçmeli |
| Birim Bölüm     | Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze)                                                                                                                                                                     |         |          |      |         |
| Amaç            | Sponsorluk kavramı ve stratejileri hakkında temel öğretilerin kazandırılması ve bu öğretiler ışığında halkla ilişkilerde sponsorluğunun öneminin ve pazarlama ve reklam ile ilişkisinin kavranmasıdır. |         |          |      |         |
| Ders İçeriği    | Sponsorluk kavramı, sponsorluğun tarihsel gelişimi, sponsorluğun pazarlama, reklamcılık ve halkla ilişkilerdeki amacı, sponsorluk alanları, sponsorluk planlama ve stratejiler.                        |         |          |      |         |
| Ders Kaynakları | Okay, A. (2012). Sponsorluk, Der Yayınları., Avunduk, Y. (2021). Sponsorluk Yönetimi, Gazi Kitabevi.                                                                                                   |         |          |      |         |

| Hafta | Konu                                                        |
|-------|-------------------------------------------------------------|
| 1     | Dersin tanıtımı ve dersle ilgili temel bilgilerin verilmesi |
| 2     | Sponsorluk Kavramı                                          |
| 3     | Sponsorluğun Gelişimi, Tarihsel Süreci                      |
| 4     | Sponsorluğun Diğer Disiplinlerle İlişkisi                   |
| 5     | Sponsorluktan Ayırmaştırılması Gereken Diğer Kavramlar      |
| 6     | Sponsorluğun Amacı ve Önemi                                 |
| 7     | Sponsorluğun Reklam Amacı                                   |
| 8     | Sponsorluğun Pazarlama Amacı                                |
| 9     | Sponsorluğun Halkla İlişkiler Amacı                         |
| 10    | Sponsorluk Alanları                                         |
| 11    | Spor Sponsorluğu                                            |
| 12    | Kültür ve Sanat Sponsorluğu                                 |
| 13    | Sosyal Sponsorluk ve Çevre Sponsorluğu                      |
| 14    | Sponsorluk Planlama ve Stratejileri                         |

#### Program Çıktıları

- 1 Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır
- 2 Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmede kullanma becerisine sahiptir
- 3 Reklamcılık Alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- 4 Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir
- 5 Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- 6 Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
- 7 Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir
- 8 Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- 9 Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır
- 10 Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar
- 11 Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
- 12 Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir
- 13 Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir

#### Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

| Ders Öğrenme Çıktısı | PÇ 1 | PÇ 2 | PÇ 3 | PÇ 4 | PÇ 5 | PÇ 6 | PÇ 7 | PÇ 8 | PÇ 9 | PÇ 10 | PÇ 11 | PÇ 12 | PÇ 13 |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|