



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Sponsorluk	REK235	3	3 + 0	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 Ayırıştırılması 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

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmede kullanma becerisine sahiptir
- Reklamcılık Alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir
- Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir
- Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- 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
- Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar
- Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
- Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir
- 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	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13
Sponsorlukla ilgili teorik bilgileri edinir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sponsorluğun halkla ilişkiler, pazarlama ve reklamdaki önemini kavrar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sponsorluk alanlarına dair teorik bilgileri edinir ve güncel örnekleri analiz edebilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sponsorluk sürecini planlayabilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sponsorluk stratejileriyle ilgili güncel bilgileri edinir ve örnekleri analiz edebilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-