

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Kurumsal Sponsorluk Yönetimi	CPR 506	Bahar	03+00+00	Zorunlu	3	7.5
Akademik Birim:	Kurumsal İlişkiler ve Halkla İlişkiler Yönetimi YL Programı					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	Türkçe					
Dersin Düzeyi:	Yüksek Lisans					
Dersin Koordinatörü:	İrem İNCEOĞLU					
Dersin Amacı:	Bu derste, hem kurumların hangi şartlarda sponsor olacağını, hem de nasıl etkinlikler için sponsor bulunacağını öğrenilmesi amaçlanmaktadır.					
Dersin İçeriği:	Sponsorluk kavramı, sponsorluğu tarihsel gelişimi, sponsorluk amaçları ve alanları, sponsorluk planlanması, sponsorluk dosyası hazırlama, sponsorluğun yasal boyutu, çeşitli etkinliklerde sponsorluk konuları literatür kapsamında işlenmektedir.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	1- Sponsorluk yönetimindeki kavram ve stratejileri açıklar. 2- Sponsorluk planlaması yapar ve sponsorluğun amaçlarını belirler. 3- Sponsorluk alanındaki teşhir etme strateji ve uygulamalarını tanıır. 4- Kurumsal sponsorluk ile ilgili etkinlik yöntemlerini tanımlar ve tanıır 5- Sponsorluktaki hedef grupları belirler.					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Vaka Analizi, Anlatım					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Sponsorluğun tanımı ve tarihsel gelişimi	Syllabus
2	Sponsorluğun amaçları ve çeşitleri	Okumalar
3	Kültür sanat sponsorluğu ve örnekler	Okumalar
4	Spor sponsorluğu ve örnekler	Okumalar
5	Sosyal sponsorluk ve örnekler	Okumalar
6	Çevre sponsorluğu ve örnekler	Okumalar
7	Vize	Okumalar
8	Sponsorluk planlaması	Okumalar
9	Sponsorluğun yasal ve etik boyutları	Okumalar
10	Sponsorluk dosyası hazırlama 1	Okumalar
11	Sponsorluk dosyası hazırlama 2	Okumalar
12	Örnek vaka çalışması	Okumalar
13	Örnek vaka çalışması	Okumalar
14	Final	Okumalar

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Ders okumaları seçkisi

DİĞER KAYNAKLAR

Sponsorship in Marketing: Effective Communication, Arts and Events, Jul 14, 2014, T. Bettina Cornwell
Growing Brands Through Sponsorship: An Empirical Investigation of Brand Image Transfer in a Sponsorship Alliance, Philip Gross, Springer
Effective Use of Sponsorship (Marketing in Action), David W. Wragg Kogan Page
Aydemir Okay, Sponsorluk, İstanbul: Der Yayınları

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	14	10
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	40
Final Sınavı	1	50
Total:	16	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	66	66
Final Sınavı	1	80	80
Toplam İş Yüğü (saat):			188

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8
OC1				1				
OC2				1	2			
OC3						1		
OC4		2				2		
OC5		1		1	1			

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek