

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SPR511	Etkili İletişim ve İkna	1	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Etkili iletişim ve ikna spor yönetiminin her aşamasında önemli bir rol oynar. Performans yönetimi, paydaşlarla ilişkiler, uluslararası rekabet koşulları, spor yöneticilerinin günümüz koşullarına uygun etkili iletişim yöntem ve tekniklerine sahip olmalarını zorunlu kılmaktadır. Bu eğitim kapsamında, kişilerarası iletişimde, ikna stratejilerinin oluşturulması ve yönetimi; etkili iletişim becerilerinin geliştirilmesi ve iletişim süreçlerinin stratejik kullanımına ilişkin bilgi ve deneyim kazandırılması amaçlanmaktadır.

İçerik	1. Giriş: Genel Değerlendirme Sürdürülebilir ve esneklik içeren yeni iletişim ortamlarına uygun ikna kavramı - İkna ve manipülasyon arasındaki fark nedir - Etkili iletişimin sporda sağladığı açılımlar 2. Tarihsel perspektif – ikna kavramının dönüşümü Gallo, C. (2019). The art of persuasion hasn't changed in 2000 years. Harvard Business Review. 3. Sosyal Etki nasıl ikna eder? Kitle psikolojisi, uyum ve itaat Le Bon, Gustave, and Kitleler Psikolojisi. "çev." Hasan Can, Ankara (2014) Kağıtçıbaşı, Ç., & Cemalcılar, Z. (2014). Dünden bugüne insan ve insanlar: Sosyal psikolojiye giriş. Evrim. 4. Yale Üniversitesi İletişim ve Tutum Derğişimi Laboratuvarı araştırma sonuçları - Etkili Kaynağın özellikleri İnanılrlık – Saygınlık – Güvenilirlik Hovland, Carl I. Changes in attitude through communication. The Journal of Abnormal and Social Psychology, 1951, 46.3: 424. 5. Yale Üniversitesi İletişim ve Tutum Derğişimi Laboratuvarı araştırma sonuçları - Etkili Mesajın özellikleri Görüş farkı - Mesajda duygusal öğelerin kullanımı Hovland, Carl I. Changes in attitude through communication. The Journal of Abnormal and Social Psychology, 1951, 46.3: 424. 6. "Kalıcı Mesaj" öğeleri McKee, R., & Fryer, B. Storytelling that moves people. Harvard business review, 81(6), 51-55., 2003 Conger, Jay A. The necessary art of persuasion. Harvard Business Review Press, 2008. 7. Ara Sınav 8. İknanın 6 temel prensibi Cialdini, Robert B. İknanın psikolojisi. Kapital medya, 2001. 9. İkna prensiplerinin spor psikolojine uyarlanması Jackson, Ben, James Dimmock, and Josh Compton, eds. Persuasion and communication in sport, exercise, and physical activity. Routledge, 2017. 10. Sporda etkili iletişim yöntemi olarak Oyunlaştırma ve Büyük Veri kullanımı 11. Örnek İnceleme 12. Örnek İnceleme 13. Uygulama Çalışmaları 14. Uygulama Çalışmaları
--------	--

Kaynaklar	Jackson, Ben, James Dimmock, and Josh Compton, eds. Persuasion and communication in sport, exercise, and physical activity. Routledge, 2017. Kağıtçıbaşı, Ç., & Cemalcılar, Z. (2014). Dünden bugüne insan ve insanlar: Sosyal psikolojiye giriş. Evrim. Cialdini, Robert B. İknanın psikolojisi. Kapital medya, 2001. Cialdini, Robert B. İknaya açılan kapı, MediaCat, 2016. McKee, R., & Fryer, B. Storytelling that moves people. Harvard business review, 81(6), 51-55., 2003 Conger, Jay A. The necessary art of persuasion. Harvard Business Review Press, 2008. Hovland, Carl I. Changes in attitude through communication. The Journal of Abnormal and Social Psychology, 1951, 46.3: 424. Gallo, C. (2019). The art of persuasion hasn't changed in 2000 years. Harvard Business Review. Le Bon, Gustave, and Kitleler Psikolojisi. "çev." Hasan Can, Ankara (2014)
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------