

**TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN
ULUSLARARASI SPOR
ORGANİZASYONLARININ
PAZARLAMA ve
KALİTE ALGILARININ
KARŞILAŞTIRILMASI**

Yeşim BAYRAKDAROĞLU

© Copyright 2019

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığının bandrolü ile satılmaktadır.

*Bu Çalışma danışmanlığını Doç. Dr. Orcan MIZRAK ve Doç. Dr. Dursun KATKAT'ın yaptığı Yeşim BAYRAKDAROĞLU'ya ait Doktora Tezinden üretilmiştir.

ISBN

978-605-258-739-3

Kitap Adı

Türkiye'de Düzenlenen Uluslararası Spor Organizasyonlarının
Pazarlama ve Kalite Algularının Karşılaştırılması

Yazar

Yeşim BAYRAKDAROĞLU

Yayın Koordinatörü

Yasin Dilmen

Sayfa ve Kapak Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

Yayıncı Sertifika No

25465

Baskı ve Cilt

Sonçağ Matbaacılık

Bisac Code

SPO000000

DOI

10.37609/akya.1330

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

İÇİNDEKİLER

BİRİNCİ BÖLÜM

Giriş	1
Pazarlama, İmaj Yönetimi ve Spor Pazarlaması	5
1.1. Pazarlama Kavramı, Pazarlamanın Tarihi Ve Fonksiyonları.....	5
a) Satın alma	14
b) Ulaşım.....	14
c) Depolama	15
d) Standartlaştırma ve sınıflama	15
e) Finansman	15
f) Risk alma.....	16
g) Pazara ilişkin bilgi toplama	16
a) Ürün	19
b) Fiyat	21
c) Yer (Dağıtım, Ulaşım).....	22
d) Tutundurma.....	23
1.2. Kalite Ve İmaj Yönetimi, Yapısı ve Boyutları.....	24
1.3. Spor Pazarlaması, Gelişimi ve Özellikleri.....	39
1.4. Spor Organizasyonları	46
1. Genel amaçlar	49
2. Özel amaçlar.....	49
1.5. Türkiye’de Düzenlenen Uluslararası Spor Organizasyonları.....	56

İKİNCİ BÖLÜM

Gereç ve Yöntem	75
2.1. Yöntem	75
2.2. Spor Organizasyonlarında Algılanan Kalite-İmaj Ölçeği (Soaki)	77
2.3. Mega Organizasyon Etkisi Ölçeği.....	84
2.4. Veri Analizi ve İşlem	85

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Bulgular	87
3.1. Erzurum, Mersin ve Trabzon İllerin Demografik Bulguları.....	87
3.2. Mega Organizasyon Etkisi Ölçeğine İlişkin Bulgular.....	98
3.3. Spor Organizasyonlarında Algılanan (Soaki) Kaliteye İlişkin Bulgular.....	101
3.4. Mega Organizasyon Ölçeği ve Spor Organizasyonlarından Algılanan Kalite Ölçeği (Soaki) Verilerin Anlamlılık Düzeyleri	103
3.5. Spor Organizasyonlarında Algılanan Kalite- İmaj Ölçeği (Soaki) Soruları Frekans ve Yüzdeler Değerleri.....	108
Tartışma ve Sonuç	119
Öneriler.....	139
Kaynakça.....	141

KAYNAKÇA

- A.M.A's Definition of Marketing, (2016). Amerikan Pazarlama Derneği, <http://www.marketingpower.com/aboutama/pages/definitionofmarketing.aspx>”beşiktaş bjk” (erişim): http://tr.wikipedia.org/wiki/be%c5%9fikta%c5%9f_jk
- Akbulut, Y. (2011). Sosyal bilimlerde SPSS uygulamaları. İdeal Kültür Yayıncılık: İstanbul.
- Akdeniz Oyunları Faaliyet Raporu. (2013). XVII. Mediterranean Games Final Report
- Alkibay, S. (2005). “Profesyonel Spor Kulüplerinin Taraftar İlişkileri Yoluyla Marka Değeri Yaratmaları Üzerine Bir Araştırma”, Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 23 (1), 83-108.
- Alptekin, G. (1982). Ansiklopedik Spor Dünyası. İstanbul: Serhat Yayınları.
- Altunbaş H. (2008). Spor Pazarlaması ve İletişimi. Konya: Tablet Yayınları.
- Altunışık R., Çoşkun R., Bayraktaroğlu S., Yıldırım E., (2010). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamaları. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş., Torlak, Ö. (2014). Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Altunışık, R., Torlak, Ö., Özdemir, Ş. (2002). Modern Pazarlama. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Alpullu, A. (2011). Uluslararası Basketbol Organizasyonlarının Spor Turizmine, Ülke Ekonomisine ve Tanıtımına Katkılarının Değerlendirilmesi. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Argan M. ve Katırcı H. (2008). Spor Pazarlaması. Nobel Yayınevi: Ankara.

- Argan, M. (2004), "Spor ve Turizm Pazarlamasının Kesişim Noktası Olarak Spor Turizmine Kuramsal Bir Bakış". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 158-168.
- Arpacı, T., Ayhan, D.Y., Böge E., Tuncer D. ve Güner, M.M., (1992). *Pazarlama*. Ankara: Gazi Yayınları.
- Ateşoğlu İ. ,(2003)."Marka İnsanında Slogan". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi*, 8(1): 259-264.
- Ayan, S. (2009). "Beden Eğitimi ve Spor Yükseköğrenimi Gören Öğrencilerin İstanbul Kentinin Olimpiyat Oyunlarını Düzenleme Hakkını Kazanamama Nedenlerini Değerlendirmeleri". *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi*, 11 (1), 24-31.
- Ayar Ö.C. (2009). *Kurumsal İmaj Yönetimi; Türkiye İş Kurumu Örneği*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi İşletme Eğitimi Ana Bilim Dalı İşletme Eğitimi Bilim Dalı Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Aydın, G. T. ve K. S. Öğüt. (2008). "Lojistik köy nedir?". 2." Uluslararası Demiryolu Sempozyumu, İstanbul 2: 1439-1448. <https://scholar.google.com.tr/scholar?hl=tr&q=Lojistik+K%C3%B6y+Nedir%3F&btnG=&lr=>
- Aykaç, B. ve Özer, M.A. (2006). "Toplam Kalite Yönetiminin Kamu Kuruluşlarında Uygulanması: Sorunlar ve Yeni Arayışlar". *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(3), 17-22.
- Azizağaoğlu, A., ve Altunışık, R. (2012). "Postmodernizm. Sembolik Tüketim ve Marka". *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 33-50.
- Bakan, Ö. (2004). *Kurumsal İmaj Oluşumunu Etkileyen Faktörler: İletişim Faktörlerinin Rolünü Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baker, M.J. (1995), "Evolution of Marketing Concept", Michaelj Baker [Ed]. *Marketing-Theory and Practic*. (19). Thirded. London: Macmillan Business, s1-9.
- Balcı, A. (2005). "Kamu Örgütlerinde Toplam Kalite Yönetimi Uygulanması: Olumlu Perspektifler ve Olası Zorluklar." *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 5(2), Aralık. <http://dergi.kmu.edu.tr/userfiles/file/aralik2005/14.pdf>.
- Balcı, V. (1999). *Spor Etkinliklerinin Planlanması ve Yönetimi*. Ankara: Bağrgan Yayınevi.
- Basım, N. ve Argan, M. (2009). *Spor Yönetimi*. Ankara: Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Sti.

- Basım, N.H. ve Argan, M. (2016). Spor Yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baudrillard J. (2004). Tüketim Toplumu. (Çev: Ferda Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Beamish R. (1981). Central Issues In The Materialist Study of Sport as Acultural Paractice. Sociology of Sport. Leisure Press, N.Y.
- Beech J. ve Chadwick S., (2007). The Marketing of Sport. Gosport: Prentice Hall.
- Bektaş, F. (2010). Kaçkar Havzası Trekking Parkurlarının Spor Turizmi Bakımından Değerlendirilmesi. Yayımlanmış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Berberoğlu T. (2012). Etkinliklerin Destinasyona Etkileri: 2011 Erzurum Üniversiade Kış Oyunları. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Programı.
- Berkowits, E.N., Kerin, R.A., Hartley, S. W, and Rudelius W., (1986). Marketing. 3.edition.
- Biçer, T., (2008). Sporda Toplam Kalite Yönetimi ve Futbol Uygulamaları. İstanbul: Beyaz Yayınları.
- Binbaşoğlu, C. ve Binbaşoğlu, E. (1992). Endüstri Psikolojisi. Gül Yayınevi, Ankara.
- Bolat, O.İ. (2006). Konaklama İşletmelerinde İş Görenlerden Yansıyan Kurumsal İmajın Analizi ve Bir Uygulama. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi.
- Boyacı, M. (2013). 2011 Erzurum Üniversiteler Arası Kış Oyunlarının Toplumsal Algısı. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi Tezi). Burdur: TC. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı Beden Eğitimi ve Spor Eğitimi Programı.
- Bozkurt R, Asil N. (1995). "Kalitenin Politikasını Oluşturma Süreci".Verimlilik Dergisi 24(3), 31-42.
- Bromley, D. B. (1993). Reputation, İmage and İmpression Management. England: John Willey and Sons Ltd.
- Bruer, C. ve Thiel, A. (2011). Spor Yönetimi. Müslim Bakır (Ed). (Çeviren; Cem Tınaz). İstanbul: Beta Basım A. Ş. 1. Baskı.
- Bucher, A.C., (1987). Management of Pysical Education and Athletic Programs. USA: Nineth Edition, st Louis,.
- Bulgurcuoğlu, A.N, (2014). Stadyum Pazarlaması ve Stadyumlarda Müşteri Memnuniyeti. (Yayımlanmış Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı.

- Cankalp, M. (2002). *Sporla Yönetim ve Organizasyon*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Cemalcılar, İ. (1987). "Pazarlamanın Tanımı". *Pazarlama Dünyası*. 1(5), 11-18.
- Ceyhun, S. (2006). *Spor İşletmelerinde Hizmet Kalitesi*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı.
- Charles A. (1985). *Psycho Analysis and e Cinama: The İmaginary Discourse*. London: University of California Pres.
- Chunawalla, S.A. (2008), *Advertising, Sales and Promotion Management*, Delhi: Oscar Publications.
- Churchill G.A. and Peter J. P., (1998). *Marketing (Creating Value for Customer)*. Second Edition. Irvın Mcgraw-Hill: International Edition.
- Cooper, R. G., (1993). *Winning at New Products – Accelerating the Process from Idea to Launch*. 2nd Ed., MA: Perseus Boks.
- Çakıcı, C. ve Güler, O. (2014). "Büyük Spor Organizasyonlarına Ev Sahipliği Yapmaya Değer Mi? Ekonomik Beklentiler ve Turizm Açısından Bir Değerlendirme". 3.Doğu Akdeniz Sempozyumu, Mersin. ISBN: 978-605-4940-06-6 ss: 37-50.
- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, [http://www.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/ Trabzon%202014.pdf](http://www.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/Trabzon%202014.pdf)
- Çimen Z. Gürbüz B. (2007). *Spor Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi*. Ankara: Alp Yayınevi.
- Deloitte (2013). *Spor Serisi Raporu. "Kalıcı Bir Miras - Önemli Spor Etkinlikleri Ev Sahibi Ülkeler ve Ekonomilerinde Nasıl Olumlu Bir Değişim Sağlayabilir"*. http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Turkey/Local%20Assets/Documents/turkeytr_ps_KaliciBirMiras_160610.pdf].
- Deloitte. (2010). *Spor Serisi Raporu. "Kalıcı Bir Miras: Önemli Spor Etkinliklerine Ev Sahibi Ülkeler ve Ekonomilerinde Nasıl Olumlu Bir Değişim Sağlayabilir"*. [http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Turkey/Local%20Assets/Documents/turkey-tr_ps_KaliciBirMiras_160610.pdf].
- Demir, I. (2008). *Spor Federasyonlarında Toplam Kalite Yönetimin Uygulanabilirliği*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı.
- Demirci, N. (1986). *Sporla Yönetim-Teşkilatlanma ve Organizasyonlar*. T.C. Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı Beden Terbiyesi ve Spor Genel Müdürlüğü. Ankara: Milli Eğitim Basım Evi.

- Devecioğlu, S. (2011), "Farklı Spor Organizasyonlarının Ekonomik Analizi". 1. Uluslararası Spor Ekonomisi ve Yönetimi Kongresi, İzmir. <http://www.futbolekonomi.com/index.php/haberler-makaleler/ekonomi/109-seahattin-devecioglu/1841-farkli-spor-organizasyonlarinin-analizi.html>
- Diñer, M. K. (1998). Kişisel İmaj. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Dikmen, Ç. (1999). "Organizasyonel Öğrenme ve Öğrenen. Organizasyonlar". Yönetim, (34): 57-67.
- Doğar, Y. (1997). Türkiye'de Spor Yönetimi, Malatya: Öz Akdeniz Ofset.
- Doğu, G. (2006). "Sporun Sosyal ve Ekonomik Faydaları". Sağlıklı Kentler Birliği Toplantısı, Eskişehir, 18-27 Nisan, URL: <http://www.sporbilim.com/sayfa.asp?mdl=haber¶m=123>.
- Durmaz, Y., Bahar, R. ve Kurtlar, M. (2011). "Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma". Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 2(1), 114-133.
- Dursun, H. (2004). Kamuda Toplam Kalite Yönetimi Uygulamasından Elde Edilen Faydalar. TİD.
- Ekmekçi, R. ve Ekmekçi, Y.A.D. (2010). "Spor Pazarlaması". Pamukkale Journal of Sport Sciences. 1(1), 23-29.
- Emgin, Ö. ve Süngü, A. (2004). "Pazarlama Kavramı İçerisinde Tutundurma Fonksiyonu. Mevzuat Dergisi". 7(78), <http://www.mevzuat-dergisi.com/2004/06a/02.htm>
- Erdoğan, B. Z. ve Gönüllüoğlu S. (2006). "Kurumsal İmaj Oluşturulmasına İlişkin Bir Literatür Taraması". Pazarlama Dünyası Dergisi (5), 46-55.
- Erdoğan, B. Z. ve İşlek, M.S., (2013). "Pazarlamaya Farklı Yaklaşımlar ve Kültürün Bu Yaklaşımlar Üzerindeki Rolü: Anglo-Sakson, Alo-Germen ve Anadolu Yaklaşımlarının Karşılaştırılması". Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 6(12), 117-138.
- Erdoğan, B. Z., (2009). "Pazarlama: Küresel Krizin Suçlusunu mu, Kurtarıcısı mı?" Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi. 1(1), 41-51.
- Erdoğan, B. Z., (2014), "Sunuş, Pazarlama- İlkeler ve Yönetim". Bursa: Ekin Yayın Evi.
- Erkmen, T. ve Yüksel, C.,A. (2008). "Tüketicilerin Alışveriş Davranış Biçimleri İle Demografik ve Sosyo Kültürel Özelliklerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma". Ege Akademik Bakış Dergisi. (8), 683-727.
- Erzurum Üniversitelerarası Kış Oyunları Faaliyet Raporu. (2011). 25th Winter Universiade Final Report.

- Esen, Ö. (2013). Spor Kulüplerinde Kurumsal Pazarlama. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: T.C. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Spor Yönetimi.
- Esen, S. (2011). "Bilecik Üniversitesi Ders Notları". <http://web.bilecik.edu.tr/sinan-esen/files/2011/02/3-4-ve-5.-Hafta-Ders-Notlar%-C4%B1.pdf>.
- Farrelly, F., P. Quester, (2003). "The Effects of Market Orientation on Trust and Commitment: The Case of the Sponsorship Business-to-business Relationship". *European Journal of Marketing*, 3(4), 530-553.
- Ferman, M. (1989). "Yaşam kalitesi ve pazarlama üzerine değerlendirmeler". *Pazarlama dünyası*, 3(13), 29-30.
- FISU, (1993). "FISU History", (Uluslararası Üniversite Spor Federasyonu). <http://www.fisu.net/en/FISU-history-3171.html>
- Fişek, K. (1998). *Türkiyede ve Dünyada Spor Yönetimi*. Ankara: Bağır-gan Yayınevi.
- Garcia, M.A. (2012). *Secrets of the Olyimpic Ceremonies*. The United States of America. ISBN: 978-0615-31542-3
- Gençlik ve Spor Bakanlığı EWU Arşiv, Head of Delegation Report, Erzurum 2011.
- Güçer, E., ve Silik, C. E. (2014). "The Impacts of The International Sports Organizations: A Study on 2013 Mersin XVII". *Mediterranean Games. International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 2(5), 148-170
- Goetsch, D.L, Davis S.B. (2000). "Guality Management: İntroduction to Total Guality Management for Production, Processing and Services". Ohio: Prentice Hall Publ. Upper Sanddle River, New Jersey, Columbus.
- Göksel B.A., Kocabas F, Elden M., (1997). *Pazarlama İletişimi Açısından Halkla İlişkiler ve Reklam*. İstanbul: Yayınevi Yayıncılık Reklam ve Organizasyon Ltd.
- Göksel, A. B. ve Yurdakul, N. B. (2002). *Temel Halkla İlişkiler Bilgileri*. İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Görkemli, H. N., Matır, L., Çelik, C., ve Özlem, S. E. K. İ. (2014). "Kent İmajı Açısından Olimpiyatlar: Selçuk Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(3).
- Grönroos, C., (1994). "From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards A Paradigm Shift in Marketing", *Management Decision*, 32 (2), 4-20.

- Hart, N. A. (1987). *Effective Corporate Relations*. London: Mc Graw Hill Book Company.
- Hedberg B. (1981). *How Organizations Learn and Unlearn*, Handbook of Organizational Design. Oxford University Press.
- Hede, A. M. (2005), "Sports-events, Tourism and Destination Marketing Strategies: an Australian case study of Athens 2004 and its media telecast", *Journal of Sport Tourism*, 10(3), 187-200.
- http://akademik.maltepe.edu.tr/~osmanurper/g%F6rselimajy%F6n/POPULER%20KULTURve%20imaj.pdf.
- Irwin R.L., W.A. Sutton, L.M. McCarthy, (2002). "Sport Promotion and Sales Management". Human Kinetics. United States of America. https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=hQEH81Y-5R-gC&oi=fnd&pg=PP9&dq=Sport+Promotion+and+Sales+Management,+Human+Kinetics,+United+States+of+America.&ots=8_TwYp6EmJ&sig=kbd7wv_akOB8vf62d3d-QNvb2cs&redir_esc=y#v=onepage&q=Sport%20Promotion%20and%20Sales%20Managment%2C%20Human%20Kinetics%2C%20United%20States%20of%20America.&f=false
- İlter, B. ve Bayraktaroğlu, G. (2007). "Kar Amacı Gütmeyen Sosyal İçerikli Pazarlama Uygulamaları: Sosyal Pazarlama". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. (28), 49-64.
- İmamoğlu, F. ve Ekenci, G. (2014). *Spor Örgütleri İçin İşletme Yönetimi*. Ankara: Berikan Ofset Matbaacılık.
- İnal A.N, (2003). *Beden Eğitimi ve Spor Bilimi*. Ankara: Nobel yayınları.
- Jie, Y. Yan, W. (2010). "Developing a Mega Event Impact Scale". 2010 2nd International Conference on Education Technology and Computer (ICETC), 305-307.
- Jöreskog, K. G. and Sorbom, D. (1996). *Lisrel 8.54 reference guide*. Lincolnwood, IL: Scientific Software International.
- Kaplanidou, K. (2006), "Do Sport Tourism Events Have A Brand Image?", *Proceedings of the Northeastern Recreation Research Symposium*, Northern Research Station, Bolton
- Karaca, N. (2012). *Balıkesir Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü'nün Toplam Kalite Yönetimine Geçiş Sürecinde Personelin Yaklaşımının Belirlenmesi*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı.
- Karasar, N. (1984). *Bilimsel Araştırma Metodu*. Ankara: Hacetepe Taş.
- Katırcı, H. (2010). *Spor Pazarlaması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Fakültesi Yayınları.

- Keefe, L. (2004). "What Is The Meaning Of Marketing?" Marketing News, Chicago: American Marketing Association.
- Keegan, W., Martarty S., Duncan T., (1994). İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri Ve Kitle İletişim Araçlarının Kullanımı. (çeviri, Ali Atif Bir, Serdar Sever) Eskişehir: Kibile Sanat Merkezi.
- Kehoe, D. F., (1996). The Fundamentals Of Quality Management. Netherlands: Springer.
- Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity. England: Pearson Education Limited, Edinburgh Gate Harlow Essex CM20 2JE.
- Kinnear , T.C., Bernhart K. L., (1990). Principles of Marketing. Third Edition.
- Kırdar, Y. (2006). Kurumsallaşan Spor Kulüplerinde Pazarlama İletişim Faaliyetlerinin, Spor Pazarlaması Sürecinde, Kurum İmajı Üzerine Etkisi; Fenerbahçe Spor Kulübünde Bir Uygulama Örneği. (Yayımlanmış Doktora Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla ilişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Kılıçarslan, N. (2008). Spor Turizmi ve Uluslararası Spor Organizasyonlarının Turizme Etkisi: 2011 Erzurum Üniversite Kış Oyunları. (Yayımlanmış Uzmanlık Tezi). Ankara T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtım Genel Müdürlüğü.
- Kim, H. J., Gürsoy, D. ve Lee, S. B. (2006), "The Impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons of Pre- and Post-Games", Tourism Management. (27), 86-96.
- Kline, R. B. (2011). An Easy Guide To Factor Analysis. New York: The-GuilfordPress
- Koç, R. (2007). Sektör İmajının Değiştirilmesi; Uygulama Örneği Türk Deri Sektörü. (Yayımlanmış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Konstantaki, M. (2008). "Social and Cultural Issues Associated with Hosting The 2012 Olympics in London: A Lecturers' and Students' Perspective". International Tourism Conference, Alanya, 2008, p. 1-18.
- Korkmaz, M., Yücel, A.S. ve Sadioğlu, N.Ç. (2013) Eğitimde Kalite & Zaman Yönetimi Etkinliği. İstanbul: Kazancı Kitap Basım.
- Kotler, P. (1996). Marketing Management (Analysis, Planning, Implementation and Control) India: Eighth Edition, Prentice Hall of India.
- Kotler, P. (1998). "4P Öldü Yasasın 4C", Kariyer Dünyası.
- Kotler, P. ve Bliemel, F. (2001), Marketing-Management: Analyse, Planung und Verwirklichung, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

- Kozanoğlu, C., 1994). İnsanı Yönlendirme ve Sosyal Hizmetler. Ankara: Safak Matbaası.
- Kozlu, C.M. (2007). Uluslararası Pazarlama İlkeler ve Uygulama. Türkiye İş Bankası Kültür Yayın.
- Kurt, A. (2015). Rekabet Stratejileri, Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları ve Firma Performansı İlişkisi. (Yayımlanmış Doktora tezi). Gebze: Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Kusan, O., Mumcu, H. E., Cetinkaya, G., Ceviker, A., & Zambak, O. (2018). Importance Of Sports Activities For Obese Youth In Socialization Process. *Research in Pedagogy*, 8(2), 162.
- Küçüktaş R. (2015). Büyük Ölçekli Etkinliklerin Ev Sahibi Ülkelere Ve Kentlere Olan Etkileri. Yayımlanmış Uzmanlık Tezi. Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü.
- Lagae, W. (2005). Sports Sponsorship and Marketing Communications: A European Perspective. New York: Financial Times Prentice Hall
- Landis, J. R. and Koch, G. G. (1977). "Ther measurement of Observer Agreement for Categorical Data". *Biometrics*, 33, 159-174.
- Lavarie, D.A. (1998). "Motivations For Ongoing Participation In A Fitness Activity *Leisure Sciences*". (20),277- 302.
- Levinson, Paul (2000). McLuhan and Media Ecology. *Proceedings of the Media Ecology*
- Lutz, R.J. (1985). "Affective and cognitive antecedents of attitude toward the ad: a conceptual framework", içinde: *Psychological Processes and Advertising Effects: Theory, Research and Application*, Lawrence Erlbaum Associates, Hinsdale, NJ: 45-63.
- Lüthje, C. (2004). "Characteristics of Innovating Users In A Consumer Goods Field: An Empirical Study Of Sport-Related Product Consumers". *Technovation*, 24 (9), 683-695.
- Mackenzie, S.B. ve R.J. Lutz. (1989). "An empirical examination of the structural antecedents of attitude toward the ad in an advertising pretesting context", *Journal of Marketing*, 2, 48-65.
- Mersin Akdeniz Oyunları Resmi İnternet Sitesi.
<http://www.mersin2013.gov.tr/takvimler/OCMG%202013%20M%C3%9CSA%20PROGRAMLARI.pdf>
- Mersin 2013 XVII. Akdeniz Oyunları. (2013).
<http://www.mersin2013.gov.tr/detay/5025/Oyunlar-Tarihcesi.html>.
- Morse, E. (2003). *Sport In International Relation*. Newyork.
- Mullin, B.J., Hardy S., Sutton W.A. (2000). *Sports Marketing, Human Kinetics*. New Zealand.

- Nalçakan, M. (2009). Uluslararası Spor Organizasyonlarında Sağlık Hizmetleri Üniversiade 2005 İzmir Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Neidrich, R.W., Sharma S., Wedell D.H. (2001). "Preference Price and Price Perceptions: A Comparasion of Alternative Models". Journal of Consumer Research. 28(3), 339-342.
- Odabaşı, Y. (2006). Postmodern Pazarlama. 2. Baskı, İstanbul: Media-Cat Yayınları.
- Okay, A. (2005). Kurum Kimliği. İstanbul: Media Cat Yayınları.
- Özçam, D. S., ve Bilgin, F. Z.(2012). 'Satın Alma Davranışında Reklamın ve Reklam Türlerinin Önemi Ve Etik Algısı'. Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi 4(1) ISSN: 1309 -8039 (Online).
- Özdemirci, A. (2012). Popüler Kültür Tüketim Psikolojisi ve İmaj Yönetimi. İstanbul: Beta Yayım.
- Öznil H. ve Kurt H. (2011). Üniversiade Kış Oyunları'nın Erzurum İline Kazandırdıkları. Malatya: İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü, s.3, <https://scholar.google.com.tr/scholar?q=related%3AgWmAc5FXRCgJ%3Aascholar.google.com%2F&hl=tr&pli=1>
- Özkaya, H. (2004). Kurumsal İmajın Paydaşlar Tarafından Algılanışı: Altın çini ve Seramik Uygulaması. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.
- Öztürk A. (2007). Hizmet Pazarlaması. Eskişehir: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Öztürk D, (2011). Spor Organizasyonları Düzenleyen İl Temsilcilerinin Karşılaştıkları Problemlerin Araştırılması (Ege Bölgesi Örneği). (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Beden Eğitimi Ve Spor Anabilim Dalı.
- Öztürk, Y., ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). "Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma". Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 183-195.
- Özüpek, M. N. (2005). Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk. Konya: Tablet Kitabevi.
- Pallant, J. (2005). SPSS Survivalmanual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows. Australia: Australian Copyright.
- Papadimitriou, D.A., Kerteroliotis, K. (2000). Managing sport in the 21 st century, Contemporary Sport Management. Parks, J.,B., Quartermen, J., Thibault, L. [Ed] USA: Human Kineticks Publication.
- Prahalad C.K. ve Hamel G. (1994). Competing for The Future. Harvard Business School Press.

- Parkhouse, B.L. (1996). *The Management of Sport*, National Association Sport&Physical Education.
- Paylan, M. A. ve Torlak, Ö. (2009). "Tarihsel Perspektiften Geleceğe Pazarlamanın Seyri". 14. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı. (5), 1-11
- Peltekoğlu, F. B. (1997). "Kurumsal İletişim Sürecinde İmajın Yeri". İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (4), 569-570.
- Peltekoğlu, F. B. (2009). *Halkla ilişkiler Nedir?*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Peter, M. (1975). 'Chisnall, Marketing: A behavioral Analysis'. Mc Graw Hill Book Co. (UK) s: 13.
- Pitts, B.G. ve D.K. Stotlar, (2002). *Fundamentals of Sport Marketing*. Morgantown: Fitness International Technology Inc.
- Ries L. (2015). 'Görsel Çekiç Faktörü'. <http://thebrandage.com/gorsel-cekic-faktoru/>.
- Robinson, J. P., Shaver, P. R. ve Wrightsman, L. S. (1991). *Criteria For Scale Selection And Evaluation İn Measure Of Personality And Social Psychological Attitudes*. San Diego: California Academic Press.
- Roman, G.H. ve W.C. Scott. (1997). *The Successful Marketing Plan*, NTC. Business Books, Illinois.
- Sağlık A., Sağlık E., Kelkit A. (2014). "Kentsel Donatı Elemanlarının Peyzaj Mimarlığı Açısından İrdelenmesi: Çanakkale Kent Merkezi Örneği". 1. Uluslararası Kentsel Planlama-Mimarlık-Tasarım Kongresi, Kocaeli, Türkiye, ss.1023-1035.
- Sample Size Calculator by Raosoft (t.y.). (basit hesap makinesi). www.raosoft.com/samplesize.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2015). "Kurum, Ürün Ve Marka İmajının Oluşmasında Popüler Kültürün Yeri ve Önemi: Çok Partili Dönemin Yükselen Sektörleri Üzerine Geçmişe Yönelik Bir İnceleme (1950-1980)".
- Seçer, İ. (2013). *Data Analysis with SPSS and LISREL*. Ankara: Anı Press.
- Seçer, İ. (2015). *Psikolojik Test Geliştirme ve Uyarlama Süreci: SPSS ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Serarslan, M.,Z. (2006). *Spor Yönetimi ve Örnek Olay Analizi*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları Ltd. Şti.
- Serarslan, M. Z., Kepoğlu, A. (2006). *Spor Örgütlerinde Toplam Kalite Yönetimi (Serkep Spor İşletmesi Modeli)*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları Ltd. Şti.
- Serarslan, M.Z., (1990). *Spor Pazarlaması: Sporun Topluma Yaygınlaştırılmasında Pazarlama Tekniklerinden Yararlanma*. (Yayınlanma-

- mış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Seraslan, M.Z., (2009). Futbol Pazarlaması. İstanbul: TFF FGM Futbol Eğitim Yayınları.
- Sexton, D.E., (2009). Value Above Cost, New Jersey: Wharton School Printing.
- Shank, D.S., (2005). Sports Marketing: A Strategic Perspective. New Jersey: Prentice Hall Pearson Education.
- Shevlin, M. E. and Lewis, C. A. (1999). Therevise, social anxiety scale: exploratory and confirmatory factor analysis. The Journal of Social Psycholog. (2), 250-252.
- Sidney Olympic Games. Sidney Olimpik Oyunları. http://multimedia.olympic.org/pdf/en_report_252.pdf
- Silik, E.C. (2014). Uluslararası Spor Organizasyonlarının Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri: 2013 Mersin XVII. Akdeniz Oyunlarına Yönelik Bir Uygulama. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Simkin, L. (2000). "Marketing is marketing - maybe", Marketing Intelligence & Planning, 18. (3),154-158.
- Slack, T. (1997). Understanding Sport Organizations the Application of Organization Theory. Illinois: Human Kinetics Book.
- Sunay, H. (2010). Sporda Organizasyon. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Şimşek, K (2011). "2011 Erzurum Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunlarının Erzurum Şehrine Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Etkisi." Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi, 13 (3), 383- 393.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L. S. (2001). Using Multivariate Statistics. Needham Heights, ma: Allyn and Bacon.
- Tari J. J., and Sabater, V. (2004). "Quality Tools And Techniques: Are They Necessary For Quality Management?". Int. J. Production Economics. (92), 267-280.
- Taşçıoğlu, R. (2000). Türkiye'nin Uluslararası Tanıtımında Spor Organizasyonlarının Yeri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tek, T. (2006). Türkiye'de Uluslararası Spor Organizasyonları Düzenleyen Federasyonların Karşılaştıkları Problemler. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Konya Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Tekin M. (2000). Toplam Kalite Yönetimi. Ankara: Yenilenmiş, 3. Baskı.
- Torlak, Ö. (2008). Pazarlamanın Yeni Tanımı ve Pazarlama Karmasındaki Değişime İlişkin Değerlendirmeler, Güncel Pazarlama Yakla-

- şimlerinden Seçmeler. Varinli, İ. ve Çatı, K. [Ed.]. Ankara: Detay yayıncılık.
- Torlak, Ö. ve Özmen, M. (2009). "A Comparison Between East And West In Terms Of Marketing Ethics Codes". 14th Conference on Historical Analysis Research in Marketing (Charm). May 27-31, Leicester, UK., Proceedings, 83-86.
- Tortop, N. ve Özer, M.E. (2013). Halkla İlişkiler. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Trabzon Avrupa Gençlik Festivali Faaliyet Raporu. (2011). 11th European Youth Olympic Festival Final Report.
- Turkay, H., Çeviker, A. (2016). Sportif Rekreasyon Kavramına Sosyolojik Bir Bakış, Atatürk Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, Cilt 18, sayı 4, sayfa 99 – 108.
- Tüfekçi, Ö. K. (2011). Spor Pazarlama Zekâsı: Marka Kimliği Yaratma Yeteneklerinin Analizi ve Batı Akdeniz Bölgesi Futbol Taban Birliklerinde Bir Uygulama. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı. Türk Dil Kurumu. (t.y). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5448c6cf384b43.06446121.
- Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi (t.y.). <http://www.olimpiyatkomitesi.org.tr/>
- Tütüncü, Ö. ve Doğan, Ö.,İ. (2003). "Müşteri Tatmini Kapsamında Öğrenci Memnuniyetinin Ölçülmesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uygulaması". Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 5(4), 130-151.
- Ulp, (2011). "The Importance of the Winter Universiade in the Programme and History of FISU", Winter Universiade 2011 Conference, Erzurum, s.37.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uzoğlu, S. (2005). Kurumsal İletişim Yöntemi. Rüveyde A. [Ed.]. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Üner, M.M., (2003). "Pazarlama Tanıtımı Üzerine". Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi. 4(4), 44-57.
- Weese J. (1986). "Sport Marketing: Implications for Intramural Recreational Sports Programs", *Acsepl Journal (ottowa)*. 52(3), 5.
- Yağcı, M.İ. ve İlarlan, N. (2010). "Reklamların ve Cinsiyet Kimliği Rolünün Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi". Doğu Üniversitesi Dergisi, 11 (1), 138-155.
- Yağmurlu, A. (2007). "Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi". İletişim Araştırmaları, 1(5), 9-38.

- Yaraş, E. (2005). İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. 19(35), 350.
- Yavuz, G., ve Çakıcı, C. (2014). "Mersin'in XVII. Akdeniz Oyunları'ndan Beklentileri Üzerine Bir Araştırma". İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, 2(1), 11-26.
- Yıldırım, C. (1966). Eğitimde Araştırma Metotları. Ankara: Akyıldız.
- Yıldız, S.M. (2010). Spor ve Fiziksel Etkinlik Hizmetleri Pazarlaması. Ankara: Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.
- Yıldız, S. M. (2009). "Service Quality Models in Participant Sports Services". Ege Academic Review, 9 (4), 1213-1224.
- Zeigler, E.F. (1985). "Marketing Our Product: Developmental Physical Activity". Cahper Journal. 5(2), 36-37.
- Zengin, B. ve Gürkan, Z. (2009). "Konaklama Sektöründe Kurum İmajının Önemi ve Tüketici Tercihlerine Etkileri", Journal of Azerbaijani Studies, 12(2), 132-157.