

Spor Yönetimi ve Pazarlama Firmaları

Çeviri: Yard. Doç. Dr. Dilşad ÇOKNAZ - Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Öğrenme Hedefleri

Bu bölümü çalıştıktan sonra aşağıdakileri yapabiliyor olacaksınız.

1. Spor işi ile ilgili olan spor yönetimi ve pazarlama firmalarının rolünü, çalışma alanlarını ve etkilerini açıklayabilme,
2. Spor yönetimi ve pazarlama firmaları arasındaki farkı tanımlayabilme ve hangi firmaların hangi işler ve görevler için daha uygun olduğunu açıklayabilme,
3. Spor yönetimi ve pazarlama firmalarının gelişimi ve büyümesini tanımlayabilme,
4. Spor yönetimi ve pazarlama firmalarının işlevlerini tanımlayabilme,
5. Spor yönetimi ve pazarlama firmaları ile ilişkili kariyer olanaklarını değerlendirebilme,

Bir spor yönetimi ve pazarlama firmasının işi; bir spor ürünü adına çalışma yapmaktır. Bu spor ürünü, bir kişi, şirket, olay, takım, yer ya da bir fikir olabilmektedir. Spor ürünü konusunda temsil etme, anlaşma, satış, lisanslama, pazarlama ya da yönetim fonksiyonlarını üstlenmek, firmaların görevleri arasında sayılabilir. Burada sanat, festival, spor olayları, konaklama ve müzik gibi aktivitelerin tümünü kapsayan alanlarda faaliyet gösteren firmaları tanımlamak için *spor ve yaşam tarzı yönetimi* ya da *pazarlama firması* terimini kullanmak daha uygun görülmektedir.

İlk spor yönetimi ve pazarlama firmaları, yapılacak anlaşmalarda sporcuları temsil etmek, sporculara kaynak aramak ve kaynakların akışını düzenlemek üzere biçimlendirilmiştir. Pittsburgh Pirates oyuncusu, Honus Wagner, Louisville Slugger beyzbol sopaları ile bir ürün sponsorluğu için anlaşma yapan ilk profesyonel sporcu-

dur. 1960 yılında Mark H. McCormack tarafından Ohio Cleveland'da kurulan, Uluslararası Yönetim Topluluğu (IMG) profesyonel sporcuları temsil etmeyi amaç edinmiş ilk kuruluştur. Onların kendi tanımlarıyla "IMG kelimenin tam anlamıyla spor yönetimi ve spor pazarlamasını otuz yıldan daha fazla bir zaman önce keşfetmiştir" (International Management Group, 2000). Zaman geçtikçe ve pazar ile ilgili fırsatlar değiştikçe, spor pazarlaması firmalarının da, kendi faaliyet alanlarında ve yoğunlaştıkları alanlarda bazı değişiklikler olmuştur. Günümüzde spor pazarlaması firmaları sadece kontrat anlaşmaları ile değil, birçok farklı alanla ilgilenmektedir.

Kitabın bu bölümünün hazırlanmasının amacı, spor yönetimi ve pazarlama firmalarını inceleyerek, spor endüstrisinin hızlı büyüyen bu bölümü ile ilgili kariyer fırsatlarını tanıtmaktır. Bu farklı ve çok boyutlu şirketler; tam hizmet sağlayan firmalar, genel hizmet