

به نام خداوند بخشنده و مهربان

مدیریت بازاریابی ورزشی

مؤلفان:

دکتر سارا کشکر

استادیار دانشگاه علامه طباطبائی

دکتر حمید قاسمی

استادیار دانشگاه پیام نور

دکتر فرشاد تجاری

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران مرکز

نشر علم و حرکت

سرشناسه	: کشکز، سارا، ۱۳۲۵-
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت بازاریابی ورزشی / سارا کشکز، حمید قاسمی، فرشاد تجاری.
مشخصات نشر	: تهران: علم و حرکت، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری	: ۴۶۴ ص.
شابک	: ISBN 978-600-5543-43-8
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیا.
یادداشت	: واژه‌نامه.
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: ورزش -- بازاریابی
شناسه افزوده	: قاسمی، حمید، ۱۳۵۰-
شناسه افزوده	: تجاری، فرشاد، ۱۳۴۸-
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۰ م ۵۵۴۳/۷۷۷۱۶ GVV
رده‌بندی دیویی	: ۷۹۶/۰۶۹۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۵۳۶۲۰۲

این اثر مشمول قانون حمایت از مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر، حروفچینی و چاپ مجدد، چاپ افست، فتوکپی، و انواع دیگر چاپ و تکثیر، نشر یا پخش یا عرضه کند، مورد پیگرد قانون قرار خواهد گرفت.



تهران - سه راه طالقانی، خیابان خواجه نصیر دلووسی، خیابان مقدم،
پلاک ۷۹ واحد ۳ • تلفن ۷۷۵۲۵۶۸۴ • فاکس ۷۷۶۳۲۷۰۹
• نشانی مکاتبه‌ای: تهران - صندوق پستی ۱۶۳۳۵-۱۷۵

مدیریت بازاریابی ورزشی

دکتر دکتر سارا کشکز - دکتر حمید قاسمی - دکتر فرشاد تجاری

حروف‌نگار، نمونه‌خوان: ربنا شاهوردی

صفحه‌آرا و طراح جلد: واگرایک شاهوردی

ناشر: نشر علم و حرکت

چاپ اول، ۱۳۹۰

تعداد ۱۱۰۰ نسخه

«همه حقوق برای ناشر محفوظ است»

قیمت ۱۰۵۰۰ تومان

ISBN 978-600-5543-43-8

شابک ۹۷۸-۶۰۰-۵۵۴۳-۴۳-۸

پیشگفتار مؤلفان

درآمدزایی و جذب بیشتر مشتریان به سازمان و محصولات آن یک اصل پذیرفته در مدیریت سازمان‌های ورزشی است. امروزه سازمان‌های ورزشی مختلف بیش از گذشته تلاش می‌کنند که مشتریان را جذب محصولات خدماتی یا تولیدی خود کنند. گسترش این تلاش‌ها و اهمیت آن باعث ظهور دانش جدیدی با عنوان بازاریابی ورزشی شده است.

بازاریابی ورزشی شاخه‌ای از علم بازاریابی است که بر ترویج تیم‌ها، رویدادها، کالا، خدمات یا برند سازمان ورزشی تمرکز دارد. هدف بازاریابی ورزشی آماده سازی ذهن افراد برای پذیرش تأثیر استراتژی‌های ترویج ورزش یا سایر محصولات غیرورزشی از طریق ورزش است. این استراتژی‌ها تابع عناصر آمیخته بازاریابی است.

با توجه به گذشت مدت زمان کوتاهی از عمر بازاریابی ورزشی، اما شاهد آن هستیم که در کشورهای پیشرفته استفاده مطلوبی از اصول، مبانی و راهکارهای توسعه‌ای آن می‌گردد. در حال حاضر، این علم در کشور ما، هنوز از جایگاه مناسبی برخوردار نیست. آشنایی با این علم برای مدیران سازمان‌های ورزشی و دانشجویان تربیت بدنی و به ویژه مدیریت ورزشی ضروری است. دانشجویان تربیت بدنی می‌توانند از محتوای این کتاب در جهت افزایش اطلاعات خود و حتی بازاریابی مناسب برای تخصص خود کمک بگیرند.

این کتاب حاصل تلاش دو ساله مؤلفان است که از مدرسان این درس در دانشگاه‌های کشور هستند. فقر منابع کافی برای مطالعه دانشجویان و همچنین عدم تجانس محتوای منابع مطالعاتی موجود با فرهنگ و مقررات ایران، انگیزه‌ای برای تألیف این کتاب شد. تلاش شده است تا منبعی غنی و منطبق با ارزش‌های فرهنگی و اعتقادی ایران، مبتنی بر اصول و مبانی مدیریت بازاریابی ورزشی و طبق چارچوب‌های آشنا و مورد تأیید قوانین و مقررات ایران تهیه گردد.

در تهیه کتاب حاضر دوستان و همراهانی صادق و مشتاق با مؤلفین همکاری صمیمانه‌ای داشته‌اند. این دوستان و سروران گرامی در ترجمه متون و جمع‌آوری اطلاعات علمی، نقش بسیار مهمی داشته‌اند که در اینجا از تک تک آنها تشکر نموده و آرزوی بهترین توفیقات را از

خداوند سبحان برای آنها آرزومندیم. این دوستان عبارت‌اند از:

مهدی مرادی، منیجه هوشمند، بهاره خسروی راد، محمدحسین انصاری، اکبر فرید فتحی و مولود احمدی.

در پایان از استاد خردمند و همکار فرزانه آقای دکتر حبیب‌اله دهقان‌زاده که صمیمانه ما را در حل مشکلاتی که در ضمن تألیف کتاب با آن مواجه بودیم، بسیار یاری نمودند، تشکر و قدردانی می‌کنیم و آرزوی توفیق روزافزون ایشان را از درگاه باریتعالی خواهانیم.

دکتر سارا کشکر

دکتر حمید قاسمی

دکتر فرشاد تجاری

www.ketab.ir

فهرست مطالب

فصل ۱: تعاریف و مفاهیم بازاریابی ورزشی	۷
فصل ۲: فلسفه و تئوری بازاریابی ورزشی	۳۱
فصل ۳: آمیخته بازاریابی در صنعت ورزشی و اجزای آن	۷۳
فصل ۴: محصول	۸۵
فصل ۵: قیمت	۱۱۱
فصل ۶: توزیع	۱۳۳
فصل ۷: ترویج	۱۴۷
فصل ۸: روابط عمومی ورزشی	۱۵۹
فصل ۹: استراتژی بازاریابی ورزشی	۱۷۵
فصل ۱۰: رفتار مصرف‌کننده یا مشتری در ورزش	۱۹۷
فصل ۱۱: ارتباط رسانه‌ای در ورزش	۲۴۵
فصل ۱۲: تبلیغات و رسانه‌ها	۲۷۳
فصل ۱۳: سیستم اطلاعات بازاریابی ورزشی	۳۰۷
فصل ۱۴: تجارت الکترونیک و بازرگانی الکترونیک در ورزش	۳۲۵
فصل ۱۵: تحقیقات بازاریابی ورزشی	۳۶۱
فصل ۱۶: بخش بازاریابی ورزشی و جذب حامیان مالی	۳۸۹
فصل ۱۷: بازاریابی بین‌المللی و جهانی در ورزش	۴۰۵
فصل ۱۸: جنبه‌های قانونی بازاریابی ورزشی	۴۱۷
فصل ۱۹: بازاریابی اسلامی	۴۳۹
منابع	۴۵۳