

تئوری و عمل در بازاریابی ورزشی پیشرفته

ویراستار علمی: دکتر فرشاد تجاری

اریک سی. شرارتز و جسون دی. هانتز

دکتر فرشاد تجاری

محمّد نوحی

بهزاد دیوانیان

شهرام نظری

نوید آرازی

با همکاری:

الهه خوارزمی، امیر خیر گورازلیقی، علیرضا داودی، نوشین رحیم زاده، بهارک استاد مهر
پیمان اکبری، پروین رضایی، زهرا صادق زاده هولیقی، ایمان سادات مدرسی تنکابنی،
مرجان نیازی، زهرا یوسفی، عبداغفار سقر و احسان کفاشیان

۱۳۹۲

انتشارات حتمی

(ناشر کتب تخصصی تربیت بدنی و علوم ورزشی)



[ناشر: انتشارات حتمی]

[عنوان کتاب: تئوری و عمل در بازاریابی ورزشی پیشرفته]

[تألیف: اریک سی. شوارتز، جسون دی. هانتز]

[ترجمه: دکتر فرشاد تجاری، محمد نوحی، بهزاد دیوکان، شهرام نظری، نوید آرازشی]

[با همکاری: الهه خوارزمی، امیرخیر گورازلیقی، علیرضا داودی، نوشین رحیم زاده، بهارک رستاد مهر، پیمان اکبری، پروین رضایی، زهرا صادق زاده هولیقی، ایمان سادات مدرس تنکابنی، مرجان نیازی، زهرا یوسفی، عبداغفار سقر و احسان کفاشیان]

[سرپرست واحد گرافیک: المیرا میرموسوی]

[صفحه آرایشی: الهه جلالیان و شمه سرا] + [طراح جلد: محمود رضا لطیفی]

[طراحی صفحات: واحد گرافیک]

[خروفچینی: حبانہ احمد شعار رازلیقی] + [تصحیح: المیرا سلمانی]

[آماده سازی و نظارت بر چاپ و توزیع: فرشاد گودرزی] + [لایتهوگرافی: باختر]

[نوبت چاپ: اول (۱۳۹۱)] + [شمارگان ۱۰۰۰ نسخه]

[نمایشگاه و فروشگاه دائمی: تهران، خیابان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، جنب بانک صادرات، ساختمان ۱۴۸۴، فروشگاه کتاب کاشغان] + [تلفن: ۶۶۴۰۳۱۶۲، فکس: ۶۶۴۰۳۱۷۰]

[سرویس پیام کوتاه (SMS): ۳۰۰۰۲۵۷۶]

[پایگاه اینترنتی: <http://www.HatmiSS.ir>]

[قیمت: ۲۵۰.۰۰۰ ریال]

دوست عزیز جهت آگاهی از آخرین اخبار و اطلاعات کتاب‌های منتشر شده
لطفا پایه و گرایش تحصیلی خود را به شماره ۳۰۰۰۲۵۷۶ sms نمایید.

توجه: به موجب ماده ۵ قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب
۱۳۴۸/۱۰/۱۱ کلیه حقوق این کتاب برای انتشارات حتمی محفوظ می‌باشد و هیچ شخص حقیقی یا حقوقی
مق استفاده از آن را ندارد و متکلفین به موجب این قانون تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

سرشناسه: شوارتز، اریک سی. Schwarz, Eric C.

عنوان و نام پدیدآور: تئوری و عمل در بازاریابی ورزشی پیشرفته / اریک سی. شوارتز، جسون دی. هانتز، [آلن لافلور]؛ مترجمان فرشاد تجاری... [و دیگران]؛ ویراستار علمی فرشاد تجاری.

مشخصات نشر: تهران: شرکت تضامنی انتشاراتی حتمی و شرکا، ۱۳۹۲.

مشخصات ظاهری: ۴۲۴ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۹۰۴-۴۹-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: Advanced theory and practice in sport marketing, 2012.

یادداشت: ترجمه فرشاد تجاری، محمد نوحی، بهزاد دیوکان، شهرام نظری، نوید آرازشی.

موضوع: ورزش-- بازاریابی

شناسه افزوده: هانتز، جیسن دی.

شناسه افزوده: لافلور، آلن

شناسه افزوده: تجاری، فرشاد، ۱۳۴۸ - مترجم، ویراستار

رده بندی کنگره: ۱۳۹۲ ت ۸۷/ش ۷۷۱۶ GV

رده بندی دیویی: ۷۹۶/۰۶۸۸

شماره کتابشناسی ملی: ۳۱۹۳۳۱۵

فهرست مطالب

۱۵	فصل ۱- مقدمه‌ای بر بازاریابی ورزشی
۱۵	رنوس مطالب
۱۵	اهداف فصل
۱۶	بازاریابی ورزشی چیست؟
۲۵	بحث آخر- بازاریابی ورزشی چیست؟
۲۶	نتیجه گیری
۲۹	فصل ۲- مدیریت ترکیب بازاریابی ورزشی
۲۹	رنوس مطالب
۳۰	اهداف فصل
۳۰	چه چیزی بازاریابی ورزشی را منحصر به فرد می‌سازد؟
۳۰	مشخصه‌های بازاریابی ورزشی
۳۳	آمیختگی بازاریابی ورزشی
۳۵	مفهوم پلکانی
۳۸	توسعه طرح بازاریابی ورزشی
۴۴	چرا نظریه و طرح‌ها همیشه عمل نمی‌کند
۴۴	نتیجه گیری
۵۱	فصل ۳- پژوهش بازاریابی ورزشی
۵۱	رنوس مطالب
۵۱	اهداف فصل
۵۲	پژوهش بازاریابی ورزش چیست؟
۵۲	پروژه پژوهش بازاریابی ورزش
۷۸	گزارشات و خدمات پژوهش در پژوهش بازاریابی ورزش
۷۹	پژوهش بازاریابی ورزش آنلاین و اینترنتی
۸۰	نتیجه گیری



۸۵	فصل ۴- سیستم‌های اطلاعات بازاریابی ورزشی
۸۵	رئوس مطالب
۸۵	اهداف فصل
۸۶	سیستم اطلاعات بازاریابی ورزشی چیست؟
۸۶	مولفه های سیستم اطلاعات بازاریابی ورزشی
۹۷	ارزش سیستم اطلاعات بازاریابی ورزشی یکپارچه
۹۷	نتیجه گیری
۱۰۱	فصل ۵- رفتار مصرف کننده ورزشی
۱۰۱	رئوس مطالب
۱۰۲	اهداف فصل
۱۰۲	رفتار مصرف کننده ورزشی چیست؟
۱۰۲	عوامل درونی موثر بر مصرف کنندگان ورزشی؟
۱۱۱	عوامل بیرونی موثر بر مصرف کنندگان ورزشی؟
۱۱۹	مفهوم بازاریابی در ورزش
۱۲۱	حل مساله و تصمیم گیری
۱۳۳	تاثیر بر مصرف کننده ورزشی
۱۳۶	مراحل نفوذ و انطباق
۱۳۹	نتیجه گیری
۱۴۳	فصل ۶- مدیریت محصول ورزشی
۱۴۳	رئوس مطالب
۱۴۳	اهداف فصل
۱۴۴	مولفه های محصولات و خدمات ورزشی
۱۴۵	مدیریت محصولات و خدمات ورزشی
۱۴۵	اصول اخلاقی در مدیریت محصولات و خدمات ورزشی
۱۵۰	چرخه عمر محصولات و خدمات ورزشی
۱۵۷	تثبیت موقعیت و تمایز
۱۶۰	نتیجه گیری



۱۶۵	فصل ۷ - مدیریت فروش در ورزش
۱۶۵	رئوس مطالب
۱۶۵	اهداف فصل
۱۶۶	مدیریت فروش ورزشی چیست؟
۱۶۶	سازمان فروش در ورزش
۱۷۲	فرایند خرید ورزشی
۱۷۳	فرایند فروش ورزشی
۱۷۸	فهرست های فروش در غیر از فروشگاه
۱۸۱	اخلاق در مدیریت فروش
۱۸۱	نتیجه گیری
۱۸۳	فصل ۸- خرید و مدیریت چرخه فراهم سازی در ورزش
۱۸۳	رئوس مطالب
۱۸۳	اهداف فصل
۱۸۴	در بازاریابی ورزش استدلال ها چه چیزهایی مستند؟
۱۸۶	خرید
۱۹۲	مدیریت زنجیره ی فراهم سازی
۲۱۰	ظهور تکنولوژی در استدلال ها (لجستیک ها) و تشخیص فرکانس رادیویی
۲۱۵	فصل ۹- مدیریت ارتباطات در ورزش
۲۱۵	رئوس مطالب
۲۱۵	اهداف فصل
۲۱۶	مدیریت ارتباطات در ورزش چیست؟
۲۱۶	فرایند ارتباطات
۲۱۷	تصویر سازمان ورزشی
۲۲۲	ترویج ورزشی
۲۳۳	نتیجه گیری



۲۳۷	فصل ۱۰- تبلیغات در ورزش
۲۳۷	رئوس مطالب
۲۳۷	اهداف فصل
۲۳۸	تبلیغات ورزشی چیست؟
۲۴۰	تبلیغات برای تیم های ورزشی و تجارت خرد در ورزش
۲۴۳	تبلیغات ورزشی و تصویر ذهنی
۲۴۳	جنبه های اجتماعی، اخلاقی و تنظیمی برای تبلیغات ورزشی
۲۵۲	تبلیغ ورزشی و رفتار مصرف کننده
۲۵۳	خلق تبلیغات ورزشی و بازرگانی ورزشی
۲۵۴	تبلیغات ورزشی و ارتقاء برندهای یکپارچه
۲۵۵	نتیجه گیری
۲۵۷	فصل ۱۱- حمایت مالی ورزشی
۲۵۷	رئوس مطالب
۲۵۷	اهداف فصل
۲۵۸	تاریخچه حامیان مالی ورزشی
۲۶۰	حوزه های حامیان مالی ورزشی
۲۶۵	موضوعات اخلاقی در حمایت مالی ورزشی
۲۶۹	اهداف شرکت ها و برند برای حمایت مالی در ورزش
۲۷۲	توافقات حامیان مالی ورزشی
۲۸۱	نتیجه گیری
۲۸۳	فصل ۱۲- مدیریت خرده فروشی ورزشی
۲۸۳	رئوس مطالب
۲۸۴	اهداف فصل
۲۸۴	مدیریت جزئی در ورزش چیست؟
۲۸۶	ارزش جزئی و ارتباطات ساختاری
۲۹۲	استراتژی خرده فروشی
۳۰۰	روش طرح ریزی یک ترکیب خرده فروشی ورزشی
۳۰۱	ترکیب استراتژیک خرده فروشی ورزشی فروشگاه محور



۳۰۲	هدف گذاری مشتریان تجاری و جمع آوری اطلاعات
۳۰۴	موقعیت، موقعیت، موقعیت
۳۰۶	ساختار سازمانی
۳۰۷	مدیریت معامله ی تجاری
۳۱۴	دسترسی به پیام خارجی
۳۱۶	نتیجه گیری
۳۲۱	فصل ۱۳- تجارت الکترونیکی و بازرگانی الکترونیکی در ورزش
۳۲۱	رنوس مطالب فصل
۳۲۱	اهداف فصل
۳۲۲	الکترونیک چیست؟
۳۲۵	الگوهای تجارت الکترونیکی و بازرگانی الکترونیکی در بازاریابی ورزشی
۳۲۶	کاربرد تکنولوژی های دیجیتال در مدیریت تجارت الکترونیکی و بازرگانی الکترونیکی ورزشی
۳۲۸	هدایت تجارت الکترونیکی و بازرگانی الکترونیکی در ورزش
۳۳۰	اصول اخلاقی در تجارت الکترونیکی و بازرگانی الکترونیکی ورزشی
۳۳۳	تجارت الکترونیکی و بازرگانی الکترونیکی ورزشی در بازرگانی جدید
۳۴۳	نتیجه گیری
۳۴۷	فصل ۱۴- بازاریابی جهانی و بین المللی در ورزش
۳۴۷	رنوس مطالب
۳۴۷	اهداف فصل
۳۴۸	مقدمه ای بر بازاریابی ورزشی بین المللی و جهانی
۳۵۰	ارتباط بین فرهنگ و بازار ورزش بین المللی/جهانی
۳۵۴	حل مناقشات در بازار ورزشی بین المللی و جهانی
۳۵۶	فرصت های بازار ورزشی بین المللی و جهانی
۳۶۹	راهکارهای بازاریابی ورزشی بین المللی و جهانی
۳۷۰	نتیجه گیری



درباره نویسندگان

دکتر اریک سی. شوارز

دکتر شوارز از سال ۲۰۰۰ در هیات علمی گروه تجارت و مدیریت دانشکده دانیل وبستر عضویت داشته است. وی که در سال های اخیر درجه استادیاری را کسب نموده است، به عنوان مدیر هماهنگی برنامه و مشاور علمی در انجمن مدیریت ورزشی دانشکده دانیل وبستر فعالیت دارد. در سال تحصیلی ۲۰۰۶-۲۰۰۷، او بدلیل سخنران ارشد و پژوهشگر میهمان در دانشگاه بالارات در استرالیا مجبور این دانشکده را ترک نمود. وی مسئولیت آموزش های کلاسی، انجام پژوهش درباره اوقات فراغت و بازاریابی ورزشی حرفه ای، و توسعه برنامه تکمیلی در مدیریت ورزشی کاربردی را بر عهده داشت.

دکتر شوارز درجه کارشناسی خود را در تربیت بدنی از دانشگاه ایالتی پلیموت در ۱۹۹۱، درجه کارشناسی ارشد در مدیریت و نظارت را از دانشگاه سالیسبری در ۱۹۹۲، و درجه دکترا در مدیریت ورزشی را از آکادمی ورزشی آمریکا در ۱۹۹۸ دریافت نمود.

پیش از حضور در دانشکده دانیل وبستر دکتر شوارز با سازمان های ورزشی متعددی در خصوص ورزش های دبیرستانی، ورزش های دانشگاهی، و برنامه ریزی سرگرمی دانشگاهی همکاری داشت. او مالک کمپ تابستانی، کلینیک، و موسسه آموزش مربیگری است.

از زمان ورود به دانشکده دانیل وبستر، علاوه بر مسئولیت های آموزشی و مدیریتی؛ دکتر شوارز بر پژوهش، مشاوره، و یادگیری تجربی تمرکز داشته است. وی مقالاتی را در خصوص موضوعات مختلف در بازاریابی ورزشی و یادگیری تجربی در کنفرانس های متعدد در آمریکا (SMA, EBEA)، کانادا (NASSM)، اروپا (EASM)، و استرالیا (SMAANZ) ارائه داده است. دکتر شوارز در انجمن بازاریابی ورزشی حضوری فعال دارد؛ در این انجمن او مکرراً به ارائه مقاله می پردازد و دو مقاله وی در کتاب مقالات کنفرانس منتشر گردیده است. علاوه براین، گروهی از دانشجویان فارغ التحصیل وی موفق به کسب رتبه نخست در رقابت پوستر دانشجویی در کنفرانس ممفیس در سال ۲۰۰۴ شدند، و در رقابت مطالعه موردی در آریزونا در سال ۲۰۰۵ به پیروزی رسیدند.

دکتر شوارز در پروژه های مشاوره ای گوناگون مشارکت داشته است، از جمله به عنوان مشاور مستقل در مدیریت تاسیسات و بازاریابی برای سه مکان ورزشی در نیوهمپشیر، تدوین طرح مدیریت فروش جدید برای تیم بیس بال لیگ دسته دوم در نیوهمپشیر، و در تحلیل تاثیرات اقتصادی در رخدادهای تور بزرگ PGA در ماساچوست حضور داشته است. دکتر شوارز به عنوان شاهد کارشناس تربیت بدنی و مدیریت ورزشی برای یک حقوقدان در نیوهمپشیر نیز فعالیت دارد.

اهمیت یادگیری تجربی برای دانشجویان و نیز اساتید در حوزه بازاریابی و مدیریت ورزشی حیاتی است. دانشجویان تجربه عملی را کسب می کنند که امکان بکارگیری نظریه فراگرفته در کلاس درس را در مراتب واقعی برای آنان میسر می سازد. این امر اساتید را در درک اقدامات کنونی در این حوزه یاری



می‌رساند، و بنابراین ارائه تازه‌ترین اطلاعات به دانشجویان را فراهم می‌سازد. دکتر شوارز فلسفه را در کار خود با سازمان‌های مختلف تجربه کرده است. برخی از این رخدادهای شامل مارتون بوستون، فستیوال طرفداران بازی‌های ستارگان NHL، فستیوال طرفداران جم سیشن NBA، و NASCAR در بزرگراه بین المللی نیوهمپشیر است.

دکتر شوارز در حال حاضر با همسر خود، لوان، در مریماک در نیوهمپشیر سکونت دارد.

دکتر جیسون دی. هانتز

دکتر هانتز در سال ۱۹۹۰ از دانشگاه ایالتی پلیموت با درجه کارشناسی در تربیت بدنی فارغ التحصیل گردید. او درجه کارشناسی ارشد خود را در ۱۹۹۳ از آکادمی مدیریت ورزشی آمریکا دریافت نمود، و در ۲۰۰۵ دوره دکترای خود در مدیریت آموزشی را در دانشگاه مدیسون به پایان رساند.

دکتر هانتز زندگی خود را به آموزش و مربیگری در سطح دانشگاهی اختصاص داده است. وی به عنوان رئیس بخش سرگرمی، کمک مربی بیس بال و ساکر زنان، و سرمربی فوتبال زنان در دانشگاه ایالتی پلیموت فعالیت دارد. همچنین، او نظارت بخش سرگرمی در دانشکده نه میلیون دلاری جدید و ساختمان انجمن دانشجویان را برعهده دارد. دکتر هانتز به عنوان یکی از مالکان فروشگاه کالاهای ورزشی، D&M Sports، عشق و دانش خود را به ورزش برای ارائه تجهیزات ورزشی به جامعه همراه می‌سازد.

در ۱۹۹۷، دکتر هانتز به سرمربیگری بیس بال و ساکر زنان در دانشکده نیو انگلند انتخاب گردید، در این دانشکده وی به عنوان معاون ورزشی و عضو هیأت علمی فعالیت دارد. در ۲۰۰۰، او به دلیل انتخاب در سمت سرمربیگری ساکر زنان و مردان و عضویت در هیأت علمی دانشکده نورث ستترال به ایلینویز رفت. در ۲۰۰۳، دکتر هانتز برای عضویت در هیأت علمی تربیت بدنی و مربیگری ساکر زنان به دانشکده دی پاگ تغییر مکان داد. در سال‌های اخیر، ریاست دائمی در این سمت به وی اعطا شده است. علاوه بر این، وی پنج بار به عنوان مربی سال و مربی سال آدیداس در ۲۰۰۵ انتخاب گردیده است.

دکتر هانتز برنامه مدیریت ورزشی را در دانشکده دی پاگ در دست تدریس و توسعه دارد و به عنوان سناتور در انجمن دانشکده فعال است. او در کنفرانس‌های منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی نیز حضور داشته است. دکتر هانتز پدر سه فرزند خارق‌العاده به نام‌های زاخاری، مورگان و جیک؛ و همسر ماریان هانتز - عشق زندگی وی - است. این خانواده در مونتگومری واقع در ایالت ایلینویز سکونت دارد.