

ورزش و رسانه در مدیریت

روابط

تالیف

Matthew Nicholson

ترجمه و تلخیص

ابراهیم عثمانی - معصومه شیرازی (اوشانی)

سمیه (ارغ پور) - خالد دودمان

سرشناسیه	نیکلسون، متیو
عنوان و نام پدیدآور	Nicholson, Matthew
مشخصات نشر	تهران: تایماز، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	۳۱۹ ص.
شابک	978-600-7403-21-1
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	عنوان اصلی: Sport and the media: managing the nexus, c2004.
یادداشت	مترجمان ابراهیم عثمانی، محمدمهدی شیرکراوشتی، سمیه زارع پور، خالد دودمان.
موضوع	رسانه‌های گروهی و ورزش
موضوع	ورزش - بازاریابی
موضوع	ورزش -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع	ورزش -- جنبه‌های اقتصادی
نشد به افزوده	عثمانی، ابراهیم، ۱۳۴۷ - مترجم
رده کتنگره	GV۷۴۲/ن۹۴ ۱۳۹۳
بندی درجی	۷۹۶/۰۶۹۸
شماره کتابشناسی ملی	۳۵۱۴۴۴

انتشارات تایماز

ورزش و رسانه در مدیریت روابط

ناشر:	تایماز
مؤلف:	Matthew Nicholson
مترجمین:	ابراهیم عثمانی - محمدمهدی شیرکراوشتی
ویراستاران:	سمیه زارع پور - خالد دودمان
طراحی روی جلد:	امید حوریان - سیده پری زرقانیان
مدیر اجرایی:	اسعد عثمانی
چاپ و صحافی:	مجید باشعور
نوبت چاپ:	تایماز
شمارگان:	اول ۱۳۹۴
قیمت:	۵۰۰
شابک:	۱۵۰۰ تومان
	۹۷۸-۶۰۰-۷۴۰۳-۲۱-۱

حق چاپ محفوظ و متعلق به مترجمین می باشد.

TB

آدرس: تهران - خیابان کارگر جنوبی - خیابان روانمهر - پلاک ۱۵۸ - طبقه ۳ صندوق پستی: تهران ۱۳۱۴۵-۶۴۸
تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۰۲۷۴۴ موبایل: ۰۹۱۲۷۴۴۵۳۵ ایمیل: taymazpub@yahoo.com

مقدمه	۹
فصل اول	۱۱
ساختار کتاب	۱۳
تعریف ورزش رسانه	۱۵
رابطه رسانه ورزش	۱۹
اشباع رسانه ورزش	۳۱
مدیریت کردن ارتباط	۲۴
چه چیزی ایجاد کنند ارتباط بین رسانه و ورزش می باشد؟	۲۶
فناوری	۲۶
اقتصادی سازی	۲۷
همگرایی	۲۸
جهانی شدن	۲۹
فصل دوم	۳۱
بازی های رسانه ای تکامل رابطه	۳۱
نمای کلی	۳۳
مقدمه	۳۳
آغاز	۳۵
امواج رادیویی	۳۷
صفحه کوچک، تأثیر بزرگ	۳۹
مورد ۱ از ۱۲ تا ۲۵۰۰؟: رسانه های گروهی در بازی های المپیک	۴۰
مورد ۲ تکامل سرگرمی کریکت	۴۶
تلویزیون پولی	۴۷
اینترنت	۴۸
تلویزیون دیجیتال	۵۱
تکنولوژی تلفن همراه	۵۲
نتیجه گیری	۵۳
فصل سوم	۵۵

۵۵	بازیکنان جهانی: ورزش و صنعت رسانه
۵۷	کلیات
۵۷	مقدمه
۵۸	رسانه و سرگرمی و منافع حاصله
۵۹	نقش های کلیدی رسانه
۶۰	تایم وارنر AOL
۶۲	شرکت والت دیزنی
۶۳	شرکت های خبری
۶۴	بخش های شرکت های خبری
۶۵	کازینو
۶۶	ویونتی جهانی
۶۷	برابری رایج
۶۷	دیگر بازیکنان رسانه
۶۸	صنعت رسانه
۷۱	بازیکنان مهم ورزشی
۷۱	فوتبال برتر
۷۲	فیفا
۷۳	UEFA
۷۳	لیگ های فوتبال آمریکا و اروپا
۷۳	حوادث بزرگ بازیهای المپیک
۷۵	دایره های ورزشی
۷۶	ورزش های حرکتی
۷۶	ورزش جهانی و صنعت رسانه های گروهی
۷۷	مورد ۱: ورزش موج سواری: یک بازیکن غیر معمول کوچک (یا ناچیز)
۷۸	مورد ۲: ورزش میانجیگری شده: سرگرمی و برنامه تفریحی کشت جهانی
۸۱	فصل چهارم
۸۱	برگزیدن اعداد بزرگ: حقوق بخش و منافع
۸۳	کلیات
۸۳	مقدمه
۸۷	حقوق بخش
۸۹	فروش حقوق
۹۰	حقوق

۹۲	مورد ۱: مبارزه برای حقوق به فوتبال استرالیا
۹۳	عرضه رقابتی
۹۴	بخش‌بندی بازار
۹۶	ارزش حقوق
۹۶	دیدگاه رسانه‌ها
۹۸	دیدگاه‌های ورزشی
۱۰۳	حقوق انتشارات و درآمد
۱۰۶	تعهد ورزش و رسانه
۱۱۱	فصل پنجم
۱۱۱	اعتدال دنیایی: آیین نامه رسانه‌های ورزشی
۱۱۳	کلیات
۱۱۳	مقدمه
۱۱۵	مداخلات دولتی
۱۱۸	مورد ۱: منچستر یونایتد و بی‌ای‌اس
۱۲۰	اروپا
۱۲۱	مورد ۲: خرده‌فروشی
۱۲۴	ماده ۳۸ از نسخه‌ی مرزهای دولتی در سال ۱۹۷۰
۱۲۷	استرالیا
۱۳۰	ایالات متحده آمریکا
۱۳۲	چین
۱۳۵	فصل ششم
۱۳۵	متون رسانه‌های ورزشی: محتوای مهم‌ترین بخش است
۱۳۷	کلیات
۱۳۷	مقدمه
۱۳۸	متن چیست؟
۱۴۰	رمزگشایی رسانه
۱۴۱	داستان‌ها
۱۴۴	شیوه‌های نوشتاری ورزش
۱۴۶	تصاویر
۱۴۷	زمینه‌هایی در متون رسانه‌های ورزشی
۱۴۸	جنسیت
۱۵۰	نژاد

۱۵۱	ملی گرایی
۱۵۲	مورد ۱: سوپر بول مردان و زنان
۱۵۳	مورد ۲: آرمان المپیک
۱۵۷	فصل هفتم
۱۵۷	تحلیل روشهای تولید در رسانه‌های ورزشی
۱۵۹	کلیات
۱۶۰	مقدمه
۱۶۱	تولید رسانه ورزشی
۱۶۷	انحراف
۱۶۸	افشا مشهور
۱۷۷	زمان: اختصاصی
۱۸۱	فصل هشتم
۱۸۱	استراتژی‌های رسانه‌های ورزش: برنامه‌ریزی رسانه‌ای ورزش و پیشرفت: پوشش اساسی
۱۸۳	کلیات
۱۸۳	مقدمه
۱۸۴	آگهی و تبلیغات
۱۸۵	حالت ۱ تنیس و گلف در برج هتل العربی
۱۸۷	کارگذاری اهداف رسانه‌ای
۱۸۹	رسیدن به شناخت رسانه
۱۹۱	حالت ۲ جام جهانی فوتبال ۲۰۰۶
۱۹۷	شبکه‌ها یا طرح ریزی های رسانه‌ای
۱۹۹	استراتژی های خاص برای سازمان های ورزشی کوچک تا متوسط
۲۰۳	فصل نهم
۲۰۳	تغذیه رسانه‌ها: ارتباطات
۲۰۵	کلیات
۲۰۵	ارتباطات رسانه‌ای
۲۰۶	نگارش‌ها
۲۰۷	مورد ۱: پیش نمایش و بررسی WRC
۲۱۳	بهبود بیانیه رسانه‌ای
۲۱۵	چرا رسانه‌ها به قدر کافی موفق عمل نمی‌کنند؟
۲۱۷	برگه

۲۱۹	مشاوره رسانه‌ای
۲۲۰	راهنمای رسانه
۲۲۱	فایل‌های ویدئویی
۲۲۲	پیگیری
۲۲۳	فصل دهم
۲۲۳	مدیریت رسانه : فعل و انفعالات (روابط متقابل)
۲۲۵	کلیات
۲۲۵	مقدمه
۲۳۰	مدل‌ها
۲۳۱	جدول پازل یا سگ
۲۳۱	شناسایی سخنران
۲۳۴	رویدادهای رسانه
۲۳۶	مصاحبه‌ها
۲۴۰	چک لیست مصاحبه شونده
۲۴۰	متن مصاحبه
۲۴۱	هدف
۲۴۲	به حداکثر رساندن عملکرد
۲۴۳	خاموش رکورد
۲۴۵	مورد ۲ دنبال یک سوال و جواب-ویلیامز و هیلمن
۲۴۹	فصل یازدهم
۲۴۹	غول‌های پول ساز، افراد مشهور ورزشی به عنوان کالا
۲۵۱	کلیات
۲۵۱	مقدمه
۲۵۲	ستاره‌های ورزشی چه کسانی می‌باشند؟
۲۵۴	چرخه‌های ترویج
۲۵۵	مدیریت بازیکن
۲۵۷	روایت‌های ستاره‌ی ورزشی
۲۵۹	مورد ۱: مسابقه چیست؟ خوبی‌ها و بدی‌ها
۲۶۴	مورد ۲: تندولکارو وارنه: تناقضات کریکت جهانی
۲۶۶	ضرورت مدیریت رسانه‌ای ورزش
	فصل
۲۶۹	دوازدهم

۲۶۹	همه‌ی تبلیغات خوب نیست: مدیریت بحران، رسوایی و شهرت.....
۲۷۱	کلیات
۲۷۱	مقدمه
۲۷۲	بحران و رسوایی
۲۷۵	تاثیر بحران و رسوایی
۲۷۶	مورد ۱: بیس بال و داروهای نیروزا:.....
۲۸۳	مرحله ۱: کشف سیگنال
۲۸۴	مرحله ۲: آماده سازی و پیشگیری
۲۸۶	بحران و رسوایی
۲۸۶	و رس و رسانه ها: مدیریت رابطه
۲۸۸	مرحله ۳: مهار و محدودیت آسیب
۲۸۹	مرحله ۴: بهتری
۲۹۲	مرحله ۵:
۲۹۵	فصل سیزدهم
۲۹۵	آینده‌ی رسانه‌ای ورزش: یک دیدی جدید عالی.....
۲۹۷	کلیات
۲۹۷	مقدمه
۲۹۸	ارتباط محرک ها
۲۹۸	تکنولوژی
۲۹۹	تجارت سازی
۲۹۹	همگرایی
۳۰۰	جهانی شدن
۳۰۱	مباحث آتی:
۳۰۱	مالکیت حقوق و مقررات
۳۰۷	رسانه جدید
۳۰۸	بازیکنان جهانی و بازارهای هدف تخصصی
۳۰۹	پوشش مثبت یا منفی؟
۳۱۱	شهرت ورزشی

مقدمه

میلیون‌ها شخص در سراسر دنیا در سازمان‌های ورزشی به عنوان مدیریت حوادث / بخش / حوزه مدیریت / فروش / ورزش‌های حرفه‌ای / مربیگری / صنایع پیوسته / تجهیزات ورزشی / کفش‌های ورزشی و لباس و خرده فروش فعالیت می‌کنند. در سطوح بالاتر ورزش از حالت آماتور و سرگرمی درآمدی و به عنوان یک صنعت مهم شناخته شده است. رشد و پیشرفت در ورزش‌های حرفه‌ای باعث تغییراتی در مصارف کالاهای ورزشی شده است. ربه است. ربه سازمان‌های ورزشی در تمام سطوح این تغییرات را پذیرفته اند.

سازمان‌های مدیریت ورزشی در آغاز قرن ۲۱ دربردارنده تکنیک‌های کاربردی و مدارک استراتژیک و به عنوان مشاغل حرفه‌ای و دولت و سازمان‌های غیرسودده را شامل می‌شد.

مدیریت مقدماتی ورزشی یک رنج یارخوبی از متن‌ها را درباره موضوعات متداول مانند مشاغل ورزشی و منابع مدیریت فراهم می‌دهد.

آنها منابع ضروری برای دانشجویان ایران فراهم می‌کنند و بین المللی محسوب می‌شوند. بوسیله مطالعات سودمند و پرسش و پاسخ‌های مفید در وب سایت‌ها زمینه مدیریت و پیشرفت خود را بهبود می‌بخشند و تحقیقات خود را به صورت پاورپوینت در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند:

* نمونه کارهایی با کیفیت بالا فراهم می‌کنند و قابل دسترسی است و عناوینی که قابل تهیه شدن هستند و مدیریتی را خلق می‌کنند که با مراحل مختلف تطبیق می‌یابد.

* اولویت با متن‌هایی است که شکاف‌های جاری در فروش وجود نداشته باشد به عبارت دیگر رضایت بخش باشد.

* یک بخش هم که شامل عملی و شبیه سازی شده متن‌ها در تمام زمینه‌های مدیریت ورزشی می‌باشد.

مدیریت مقدماتی ورزشی در ابتدای نوع خود به عنوان یک کیفیت پایه‌ای شناخته شده است و به عنوان یک انتخاب خوب برای دانشجویان و مدیران در آینده خواهد بود.