

مدیریت و بازاریابی ورزشی

www.ketab.ir

نویسندگان:

علیرضا پاینده پور

رسول سیاحی



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه: پاینده پور، علیرضا، ۱۳۷۲ -
عنوان و نام پدیدآور: مدیریت و بازاریابی ورزشی / نویسندگان علیرضا پاینده پور، رسول سیاحی.
مشخصات نشر: اهواز: پژوهندگان راه دانش، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری: ۱۲۲ ص؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
فروست: پژوهندگان راه دانش؛ ۱۴۳۴.
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
موضوع: ورزش -- مدیریت
موضوع: ورزش -- بازاریابی
موضوع: ورزش -- برنامه ریزی
شماره افزوده: سیاحی، رسول، ۱۳۶۳ -
رده بندی: دی.ی: ۷۹۶/۰۶۹
شابک: ۹-۴۳۰-۳۴۵-۶۰۰-۹۷۸-۶۰۰
یادداشت: کتابنامه.
موضوع: Sports administration
موضوع: Sports -- Marketing
موضوع: Sports -- Planning
رده بندی کنگره: GVV۱۳
شماره کتابشناسی ملی: ۵۸۸۸۴۶۹

انتشارات پژوهندگان راه دانش



ناشر: پژوهندگان راه دانش
شماره نشر: ۱۴۳۴
نام کتاب: مدیریت و بازاریابی ورزشی
نویسندگان: علیرضا پاینده پور - رسول سیاحی
تیراژ: ۱۰۰۰
چاپ: ترنگ
نوبت چاپ: اول ۱۳۹۸
صفحه آرای: پژوهندگان
سایز: رقعی
شابک: ۹-۴۳۰-۳۴۵-۶۰۰-۹۷۸-۶۰۰
قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

www.ketab.ir

حق چاپ و نشر محفوظ است.

طبق قانون حقوق نویسندگان و مصنفان هرگونه کپی برداری به هر روش پیگرد قانونی دارد.

دفتر اهواز: ۰۹۱۶۱۱۸۵۱۱۸ - ۳۲۲۰۲۸۰۲

دفتر تهران: ۰۶۶۱۲۰۵۵۴ - ۰۹۱۲۸۸۸۴۹۶۹

فهرست

۷.....	مقدمه
۹.....	فصل اول: مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی
۱۱.....	تعریف
۱۱.....	مدیریت ورزشی
۱۶.....	نظریه‌های عمومی در مدیریت و رهبری
۱۷.....	چک‌های مدیریت و رهبری
۲۰.....	تعریف برنامه‌ریزی
۲۰.....	هدف از برنامه‌ریزی
۲۱.....	اهمیت و ضرورت برنامه‌ریزی
۲۳.....	دیدگاه‌های متداول برنامه‌ریزی
۲۴.....	برنامه‌ریزی بر مبنای هدف
۲۶.....	برنامه‌ریزی مؤثر
۲۷.....	محاسن برنامه‌ریزی
۲۷.....	محدودیت‌های برنامه‌ریزی (محدودیت ^۱ و معایب)
۲۹.....	تعریف برنامه
۳۵.....	برنامه‌ریزی در تربیت بدنی و ورزش
۳۷.....	اهداف کمی بخش، در تربیت بدنی
۴۱.....	فصل دوم: آشنایی با تعاریف ورزشی
۴۳.....	ورزش و انواع آن
۴۳.....	تعریف ورزش و موقعیت آن
۴۴.....	انواع ورزش
۴۵.....	عوامل مؤثر در توسعه ورزش
۴۵.....	اصول و مبانی ورزش
۴۶.....	مبانی روانی و اجتماعی در ورزش
۴۹.....	تأثیر ورزش در رشد و پرورش اجتماعی کودکان و نوجوانان

۵۰	تأثیر ورزش در ارضای نیازهای کودکان و نوجوانان
۵۵	فصل سوم: بازاریابی ورزشی
۵۷	بازاریابی ورزشی
۵۹	انواع فعالیت‌ها در بازاریابی
۶۵	مشاوره بازاریابی ورزشی
۶۸	هویت مشترک
۶۹	ترویج و رسانه
۷۱	امکانات و تجهیزات
۷۳	مبادله اقتصادی در برابر مبادله اجتماعی
۷۴	قدرت قرارداد
۷۵	انواع بازاریابی ورزشی
۷۵	فرش لوازم ورزشی توسط باشگاه
۷۶	حق پخش تلویزیونی
۷۷	توریسم ورزشی
۷۸	اهمیت بازاریابی ورزشی
۷۸	فرایند بازاریابی ورزشی
۷۹	ابعاد گوناگون بازاریابی ورزشی
۷۹	وظایف مدیریت بازاریابی ورزشی
۸۰	تقسیمات بازاریابی ورزشی
۸۰	تجزیه و تحلیل محیط بازاریابی ورزشی
۸۱	آمیخته بازاریابی ورزشی
۸۳	عوامل مؤثر بر محیط بازاریابی ورزشی
۸۵	نقش بخش بازاریابی در کیفیت ورزش
۸۵	برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی ورزشی
۸۵	تعریف برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی ورزشی
۸۷	رفتار مصرف‌کنندگان ورزشی
۸۸	بازاریابی مبتنی بر رابطه با مشتری (مصرف‌کنندگان ورزشی)
۸۹	بازاریابی در ورزش بانوان
۸۹	مشکلات بازاریابی ورزشی بانوان

۹۰	منابع درآمدی رقابت‌های ورزشی
۹۳	فصل چهارم: آشنایی با حقوق ورزشی
۹۵	تعریف حقوق ورزشی
۹۵	اهداف حقوق ورزش
۹۶	بخش‌های حقوق ورزشی
۹۷	اصلی‌ترین دلیل جرم نبودن حوادث ورزشی
۹۸	اختیار قانونی مدیران ورزش در تنبیه ورزشکاران
۹۹	حقوق ورزشی در اسلام
۱۰۱	حقوق ورزشی در ایران
۱۰۳	مواعد عمومی و حق و کاربرد آن در حقوق ورزش
۱۰۵	فصل پنجم: مدیریت برگزاری مسابقات ورزشی
۱۰۷	نحوه برگزاری یک دوره مسابقه
۱۰۷	وظایف کمیته ملی
۱۰۸	وظایف کمیته تدارکات و پشتیبانی
۱۰۹	وظایف کمیته داوری
۱۰۹	وظایف کمیته پذیرش و ثبت‌نام
۱۱۰	وظایف کمیته اسکان
۱۱۱	وظایف کمیته پزشکی
۱۱۲	وظایف کمیته بهداشت
۱۱۲	وظایف کمیته روابط عمومی و تبلیغات
۱۱۳	وظایف کمیته مراسم و تشریفات
۱۱۴	وظایف کمیته انتظامات
۱۱۴	وظایف کمیته حمل و نقل
۱۱۵	وظایف کمیته انضباطی
۱۱۶	وظایف کمیته امور مالی
۱۱۷	وظایف کمیته نظارت و ارزشیابی
۱۱۷	تقویم ورزشی
۱۱۸	تقویم تدارکاتی بازی‌های آسیایی و المپیک
۱۱۹	منابع

مقدمه

مدیریت ورزشی یکی از مدیریت‌های جدیدی است که از چند دهه پیش در دانشگاه‌های معتبر جهانی به عنوان یکی از گرایش‌ها و تخصص‌های رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی در سطوح مختلف کارشناسی، کارشناسی ارشد و مقطع دکتری جایگاه ویژه‌ای برای خود یافته است. امروزه نگرش دانشگاهی و علمی به این گرایش، ستاد علمی و یافته‌های پژوهشگران و متخصصان این رشته می‌باشد. مدیریت ورزشی بیان سازماندهی، برنامه‌ریزی، هدایت و کنترل فعالیت‌های ورزشی است و ورزش به عنوان پدیده اجتماعی در ابعاد مختلف تأثیرگذار است. فلسفه وجودی مدیریت در تربیت بدنی بیانگر این حقیقت است که مقوله تربیت بدنی و ورزش به عنوان یک تشکیلات گسترده و در عین حال پیچیده نیاز به داشتن مدیران ماهر و کارآمد در سطوح مختلف دارد. پس بنابراین وجود مدیرانی کارآمد و اثربخش برای سازمان‌ها و مراکز سازمان‌های ورزشی امری بدیهی و اجتناب‌ناپذیر است.

بیشتر مردم با تجربه و تمرین به معنای ورزش پی‌ریخته‌اند. هرچنین از دیدگاه اکثر مردم، ورزش به مفهوم تفریح کردن است ولی در حین - حال - ممکن است نوعی کار (برای ورزشکاران حرفه‌ای) راهی برای استخدام شدن، ورزش‌های ورزشی) و یا نوعی تجارت (آژانس‌های بازاریابی ورزشی) به شمار آید.

شنايدر و اشپرايترز (۱۹۸۹) ورزش را فعاليت جسمي آدمي که تحت عنوان قوانين مدون انجام می‌گیرد تعريف کرده‌اند.