



وفاداری و درک هواداران از حامیان مالی در ورزش

www.ketab.ir

مؤلف:

داود خداپنده

(کارسشناس ارشد مدیریت ورزشی)

سرشناسه	: خدابنده، داود، ۱۳۶۲-
عنوان و نام پدیدآور	: وفاداری و درک هواداران از حامیان مالی در ورزش/مولف داود خدابنده.
مشخصات نشر	: بجنورد: آذرین مهر، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۱۱ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۲۷۲-۰۰۶۵-۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۹۸ - ۱۱۱.
موضوع	: ورزش -- پشتیبانی مالی
موضوع	: Sports sponsorship
موضوع	: ورزش -- تماشاگران
موضوع	: Sports spectators
رده بندی کنگره	: GV۷۱۶
رده بندی دیویی	: ۷۹۶۰.۶۹۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۱۶۱۳۱۹۰

وفاداری و درک هواداران از حامیان مالی در ورزش



کلیه حقوق و مادی و معنوی
برای مولف محفوظ می باشد.

مولف: داود خدابنده

ناشر: آذرین مهر

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۷۲-۰۰۶۵-۰

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰

قیمت: ۴۰۰۰ تومان

تیراژ: ۳۰۰ جلد

بجنورد: خیابان برنجی، پاساژ نیلی- طبقه زیرین انتشارات آذرین مهر
تهران: خیابان انقلاب - خیابان اردیبهشت پلاک ۱۹ - انتشارات آذرین مهر
۰۹۱۲۰۴۷۸۹۴۴*۰۹۳۶۱۷۰۲۷۷۸*مفاخری

فهرست مطالب

۱.....	مقدمه
۲.....	مبانی نظری حمایت مالی
۲.....	حمایت مالی ورزشی
۶.....	حمایت مالی و تبلیغات
۷.....	حمایت مالی و حسن نیت
۸.....	درگیر شدن هواداران در حمایت مالی
۹.....	اهداف حمایت مالی
۱۴.....	مزایا و معایب حمایت مالی
۱۶.....	ارزیابی حمایت مالی
۱۹.....	ارزیابی حمایت ورزشی
۲۴.....	معیارهای انتخاب حمایت شونده ورزشی
۳۶.....	تماشاگران
۳۶.....	تماشاچیان ورزشی
۳۸.....	هواداران ورزشی
۴۲.....	هم ذات پنداری هوادار- تیم
۴۳.....	هویت تیمی
۴۶.....	وفاداری برند
۴۶.....	برند
۵۰.....	علائمهای تجاری
۵۳.....	برجستگی برند
۵۶.....	آگاهی از برند
۵۷.....	وفاداری برند

مقدمه

با توجه به موضوع کتاب، مروری جامع و کامل بر تحقیقات صورت گرفته در این زمینه انجام شود. بررسی پیشینه معمولاً نقدی از دانش موجود درباره موضوع پژوهش است که اگر به درستی صورت گیرد، به فهم بهتر مسئله مورد تحقیق کمک شایانی نموده و یافته‌های تحقیق را به پژوهش‌های قبلی متصل و مرتبط می‌سازد. با توجه به مطالب عنوان شده و بر اساس چارچوب از پیش طراحی شده مولف، مطالب در پژوهش‌های صورت گرفته مطابق با الگوی ذیل دنبال می‌کند.

لذا این کتاب در دو بخش آورده شده است. در بخش اول به بررسی مبانی نظری حمایت مالی در ورزش، تماشاچیان ورزشی و هواداران ورزشی و مبانی نظری وفاداری برند و ادراک هواداران ورزشی و تقسیم‌بندی جمعیت شناختی پرداخته می‌شود و در بخش دوم پیشینه تحقیق به تحقیقاتی که در داخل ایران و خارج ایران در زمینه این پژوهش پرداخته شد و در انتهای این قسمت از این تحقیقات نتیجه‌گیری کلی به عمل آمد.