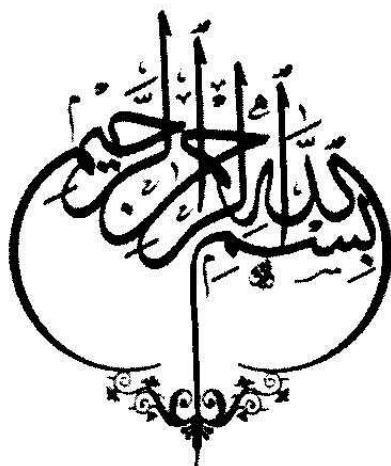




**تبلیغات دهان به دهان الکترونیک در ورزش
(راهکار برای جذب ورزشکار جدید در باشگاه‌ها)**

نویسندگان:

رضا سالاری سلاجقه

ساجده سالاری سلاجقه

سجاد سالاری سلاجقه

محمد مهدی سالاری سلاجقه

بهار ۱۴۰۱

سرشناسه: سالاری، رضا، ۱۳۷۲

عنوان کتاب و پدیدآورندگان: تبلیغات دهان به دهان الکترونیک در ورزش (راهنما برای جذب ورزشکار جدید در باشگاه‌ها) / رضا سالاری سلاجقه، سجاد سالاری سلاجقه، سجاد سالاری سلاجقه، محمد مهدی سالاری سلاجقه

مشخصات نشر: قوچان، یادگار عمر، ۱۴۰۱، ۰۹۱۵۸۸۶۵۳۶۷؛ طاهری

مشخصات ظاهری: وزیری، ۹۴ صفحه؛ شابک جلد: ۱-۴۱-۷۳۴۶-۶۲۲-۹۷۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا؛

موضوع: (۱) باشگاه‌های ورزشی ایران؛ (۲) ورزشکاران ایران؛ (۳) آگهی‌های تبلیغاتی شفاهی ایران

رده‌بندی کنگره: GV۵۶۳؛ رده‌بندی دیوئی: ۷۹۶/۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۸۸۷۶۶۷۸

عنوان کتاب: تبلیغات دهان به دهان الکترونیک در ورزش (راهنما برای جذب ورزشکار جدید در باشگاه‌ها)

نویسنده: رضا سالاری سلاجقه، سجاد سالاری سلاجقه، سجاد سالاری سلاجقه، محمد مهدی سالاری سلاجقه

ناشر: انتشارات یادگار عمر، ۰۹۱۵۸۸۶۵۳۶۷ (طاهری) (<https://pubook.ir>)

طراح جلد: طاهری (telegram:@taheridigitalprinting)

چاپ و صحافی: طاهری (۰۹۱۵۸۸۶۵۳۶۷)

تیراژ: ۵۰۰ نسخه؛

چاپ: اول - ۱۴۰۱

قیمت: ۵۰۰۰۰۰ ریال

شابک جلد: ۱-۴۱-۷۳۴۶-۶۲۲-۹۷۸



فهرست مطالب

فصل اول: چستی تبلیغات دهان به دهان	۹
۱-۱- مقدمه	۹
۲-۱- تبلیغات دهان به دهان سنتی و الکترونیکی	۹
۳-۱- ظهور رسانه های اجتماعی	۱۴
۴-۱- بررسی تاریخی تبلیغات دهان به دهان	۱۷
۵-۱- مفاهیم و تعاریف	۳۱
فصل دوم: تبلیغات و رسانه های اجتماعی	۳۷
۲-۱- مقدمه	۳۷
۲-۲- اجزای تبلیغات دهان به دهان	۳۸
۳-۲- انواع تبلیغات دهان به دهان	۳۹
۴-۲- تبلیغات دهان به دهان الکترونیک	۴۰
۴-۲-۱- تفاوت بین بازاریابی دهان به دهان با بازاریابی دهان به دهان الکترونیک	۴۴
۵-۲- رسانه های اجتماعی	۴۵
۵-۲-۱- تقسیم بندی رسانه های اجتماعی	۴۸
۵-۲-۲- ویژگی های رسانه های اجتماعی	۵۷
۵-۲-۳- اصول رسانه های اجتماعی	۵۸

۵۹..... ۲-۵-۴- چهار رکن اصلی رسانه های اجتماعی

۶۱..... ۲-۶- خدمات

۶۲..... ۲-۶-۱- مشخصه های ویژه خدمات

۶۴..... ۲-۶-۲- خدمات باشگاه داری ورزشی

۶۴..... ۲-۶-۲-۱- ویژگی های خاص ورزش

۶۷..... فصل سوم: مصاحبه با ورزشکاران و داده ها

۶۷..... ۳-۱- مقدمه

۶۸..... ۳-۲- رویکرد پدیدارشناسانه چیست؟

۶۸..... ۳-۳- پارامترهای مصاحبه

۷۱..... ۳-۴- داده های حاصل از مصاحبه

۷۱..... ۳-۴-۱- کدگذاری

۷۱..... ۳-۴-۱-۱- فعالیت های باشگاه

۷۲..... ۳-۴-۱-۲- عوامل شخصی

۷۴..... ۳-۴-۱-۳- اطلاع از باشگاه

۷۴..... ۳-۴-۱-۴- عوامل فن آوری

۷۵..... ۳-۴-۱-۵- عوامل اجتماعی

۷۶..... ۳-۴-۱-۶- شهرت باشگاه

۷۷..... ۳-۴-۱-۷- وفاداری به نام باشگاه