

صنعت جهانی فوتبال:

رویکردهای بازاریابی

نویسندگان

جیمز جیانگ ژانگ

برندا پیتز

ترجمه

دکتر محمد سلطان حسینی

(عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان)

دکتر مجتبی قاسمی سیانی

دکتر ابوالفضل درویشی

دکتر داود نصر اصفهانی

عنوان و نام پدیدآور	صنعت جهانی فوتبال: رویکردهای بازاریابی / نویسندگان [صحیح ویراستاران] جیمز جیانگ ژانگ، برندا پیتز؛ ترجمه محمدسلطان حسینی... [و دیگران].
مشخصات نشر	اصفهان: هرمان، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۳۳۶ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	۷۹۰۰۰۰ ریال: 9-48-622-6902-978
وضعیت فهرست نویسی: فیپا	
یادداشت	یادداشت: The Global Football Industry Marketing Perspectives, 2018.: عنوان اصلی
یادداشت	ترجمه: محمدسلطان حسینی، مجتبی قاسمی سیانی، ابوالفضل درویشی، داود نصر اصفهانی.
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	فوتبال -- بازاریابی
موضوع	Soccer -- Marketing:
موضوع	فوتبال -- جنبه های اقتصادی
موضوع	Soccer -- Economic aspects:
شناسه افزوده	پیتز، برندا جی
شناسه افزوده	Pitts, Brenda G:
شناسه افزوده	جیانگ، جیمز ج.
شناسه افزوده	Zhang, James J:
شناسه افزوده	سلطان حسینی، محمد، ۱۳۴۳ -
رده بندی کنگره	GV۳/۹۴۳
رده بندی دیویی	۷۹۶/۳۳۴
شماره کتابشناسی ملی:	۷۶۱۶۱۲۰



اصفهان - خیابان چهارباغ بالا - نرسیده به زمزم - پلاک ۲؛ شماره تماس: ۰۹۱۳۱۱۷۲۶۴۲

نام کتاب: صنعت جهانی فوتبال: رویکردهای بازاریابی
 نویسندگان: جیمز جیانگ ژانگ، برندا پیتز نوبت چاپ:
 ترجمه: دکتر محمد سلطان حسینی و همکاران اول
 مدیر تولید: سید محمد رضا سمسارزاده سال چاپ: ۱۴۰۰
 صفحه آرا: اکرم ملک نژاد تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
 طراح جلد: دانیال نصر اصفهانی قیمت: ۷۹۰۰۰ تومان
 پایگاه اینترنتی: شماره استاندارد بین المللی کتاب:
 ۹۷۸-۶۹۲۲-۶۹۰۲-۴۸-۹

www.iranpub.com

«کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ و مخصوص پدیدآورنده است»

۱۳.....	پیشگفتار.....
---------	---------------

بخش اول: صنعت جهانی فوتبال..... ۱۵

۱۷.....	فصل ۱: صنعت جهانی فوتبال معاصر.....
۱۷.....	مقدمه.....
۱۹.....	رشد فوتبال.....
۱۹.....	منشا و سیر تکامل.....
۲۰.....	فیفا و جام جهانی.....
۲۱.....	جوانان و توسعه اجتماعی.....
۲۲.....	بازی باشگاهی.....
۲۳.....	تعقیب موفقیت.....
۲۷.....	فرصت ها و چالش ها.....
۲۷.....	برنده شدن بدون پول.....
۳۱.....	تحقق درآمدهای جدید و بهره برداری از بازارهای جدید.....
۳۴.....	فوتبال حرفه ای در ایالات متحده.....
۴۰.....	رشد ورزش در بین عموم مردم.....
۴۲.....	میراث جام جهانی.....
۴۳.....	بازی زنان.....
۴۶.....	سخنان پایانی.....

فصل ۲: فوتبال همگانی اروپا خصوصیات مدیریتی و ساختاری..... ۵۵

۵۵.....	مقدمه.....
۵۷.....	ظرفیت سازمانی.....
۵۹.....	جمع آوری داده، اندازه نمونه و میزان پاسخ.....
۶۰.....	عملیاتی کردن متغیرها.....
۶۰.....	عوامل بیرونی.....
۶۱.....	ویژگی های عمومی باشگاه.....
۶۱.....	ظرفیت های سازمانی.....
۶۳.....	مشکلات سازمانی.....
۶۳.....	تجزیه و تحلیل داده ها.....
۶۴.....	نتایج.....

۶۴.....	آمار توصیفی.....
۶۴.....	عوامل بیرونی.....
۶۵.....	ویژگی‌های عمومی باشگاه.....
۶۶.....	ظرفیت‌های سازمانی.....
۶۹.....	مشکلات سازمانی.....
۷۱.....	بعد مشکل عملیاتی.....
۷۴.....	بعد مشکل سایه بازی.....
۷۹.....	نتیجه‌گیری.....
۸۰.....	منابع.....

فصل ۳. اهمیت اقتصادی فوتبال در آلمان..... ۸۳

۸۳.....	مقدمه.....
۸۴.....	روش.....
۸۶.....	نتایج.....
۸۶.....	مشارکت و علاقه به فوتبال.....
۹۲.....	هواداران فوتبال در آلمان.....
۹۳.....	حمایت مالی فوتبال در آلمان.....
۹۴.....	امکانات ورزشی مرتبط با فوتبال.....
۹۵.....	الگوی مصرف فوتبال.....
۹۸.....	بحث.....
۹۹.....	منابع.....

فصل ۴. هواداران غیرمحلی فوتبال پرتغال و عشق آن‌ها به این «سه بزرگ»..... ۱۰۱

۱۰۲.....	مرور ادبیات.....
۱۰۳.....	پرتغالی در کانادا.....
۱۰۴.....	هواداران غیرمحلی و فوتبال پرتغال.....
۱۰۵.....	شکاف در پیشینه و ادبیات.....
۱۰۶.....	روش‌شناسی.....
۱۰۸.....	یافته‌ها و بحث.....
۱۰۸.....	از چند تیم حمایت می‌کنید؟.....
۱۱۰.....	در اینجا اینگونه نیست.....
۱۱۱.....	آیا شما از تیم محلی خود حمایت می‌کنید؟.....
۱۱۴.....	وفاداری مدنی و نمادین.....

پیشگفتار

در سال‌های اخیر، وضعیت فوتبال به عنوان «ورزش جهانی» نشانه‌های قابل توجهی را از خود نشان داده است. این ورزش و هوادارانی که از آن پیروی می‌کنند، همه جا هستند و همواره آنرا دنبال می‌کنند. از افزایش مشارکت در سطوح محلی و مردمی گرفته تا معاملات بسیار پُر سود رسانه‌ای که توسط باشگاه‌های حرفه‌ای انجام می‌شود، به نظر می‌رسد این ورزش همچنان به شکوفایی خود ادامه می‌دهد تا به هیجان و شیفته کردن میلیاردها انسان در سراسر جهان بپردازد. با این وجود، امروزه بسیاری از چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی صنعت فوتبال وجود دارد که نیازمند بررسی‌های بیشتر است.

محققان بین‌المللی، جیمز جیانگ ژانگ استاد و مدیر مرکز بین‌المللی مدیریت ورزشی (ICSM) در دانشگاه ایالتی جورجیا در آتن در ایالات متحده؛ و برندا پیتز استاد مدیریت ورزشی و مدیر مرکز تحقیقات کسب و کار ورزشی در دانشگاه ایالتی جورجیا در آتلانتا در ایالات متحده در این نوشتار برای بررسی وضعیت فعلی صنعت جهانی فوتبال، همچنین به منظور بررسی موضوعات مختلف در بازاریابی فوتبال در سراسر جهان گردهم آورده‌اند؛ و با مشارکت اروپا، آسیا و آمریکا، در خصوص موضوعات کلیدی مانند مدیریت باشگاه‌های فوتبال، اقتصاد صنعت فوتبال، مسابقات، رسانه‌های اجتماعی، تجربیات هواداران، بازار جهانی شده و محبوبیت روزافزون بازی بانوان به مطالعه و بحث می‌پردازند.

این کتاب همچنین بررسی دقیق و جامعی از جنبه‌های مختلف صنعت فوتبال در سال‌های اخیر مانند اهمیت اقتصادی فوتبال، هواداران فوتبال، فوتبال همگانی، تعادل رقابتی در لیگ‌های فوتبال، فوتبال بانوان و... را فراهم می‌کند؛ و به طرز ماهرانه‌ای یک سطح مناسب از پژوهش و عمل را ترکیب می‌کند و منبعی مناسب را برای علاقمندان این صنعت معرفی می‌نماید.

کتاب حاضر که توسط محققان برجسته مدیریت ورزشی دنیا تدوین شده است، از معتبرترین و بروزترین کتاب‌ها در حوزه مدیریت فوتبال است و با ارائه بینشی برای محققان، مدیران و بازاریابانی که به دنبال حضور بیشتر در این ورزش هستند، خواندن کتاب **صنعت جهانی فوتبال: رویکردهای بازاریابی** برای هر کسی که علاقه‌ای به کسب و کار بین‌المللی ورزش داشته باشد، ضروری است و مطالعه آن توصیه می‌گردد.