



قابلیتهای بازاریابی در ورزش و کارآفرینی

تألیف: عسل نصیری اصل

اسماعیل خدائی

۱۴۰۰

www.ketab.ir



انتشارات چشمه نور



سرشناسه	نصیری اصل، عسل، ۱۳۷۸-
عنوان و نام پدیدآور	قابلیتهای بازاریابی در ورزش و کارآفرینی /تالیف عسل نصیری اصل، اسماعیل خدائی.
مشخصات نشر	اردبیل: چشمه نور، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۱۰۵ ص.: جدول، نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۷۷۴۹-۲۶-۷
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	ورزش -- جنبه های اقتصادی Sports -- Economic aspects خدائی، اسماعیل، ۱۳۷۵-
شناسه افزوده	GVV۰۷۵
رده بندی کنگره	۸۳۳۰
رده بندی دیویی	۶۸۰
شماره کتابشناسی ملی	

قابلیتهای بازاریابی در ورزش و کارآفرینی

نویسنده: عسل نصیری اصل و اسماعیل خدائی

صفحه آرا و ویراستار: علی چشمه نور

ناشر: انتشارات چشمه نور

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰

قیمت: ۴۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۴۹-۲۶-۷

پست الکترونیکی ناشر: cheshmenoora@yahoo.cim

«این کتاب با کاغذ حمایتی منتشر شده است»

« اشتباه‌های گذشته را فراموش کنید، همین‌طور شکست‌ها را، همه‌چیز را به فراموشی بسپارید، به‌جز کاری که همین حالا قرار است انجام بدهید و برای انجام دادنش دست‌به‌کار شوید»

«ویل دورانت»

پیشگفتار

حمد و ثنای بی‌کران خداوند قادر سبحان را که کائنات در ظلم او با آرامش در مسیر خود رو به تکامل سیر می‌کند و انس و جن در مقابل عظمت او در حیرت و موجودات از جود او جیره‌خوار.

با بیانی ساده و عاری از تکلف و تملق، غرض از تحریر این اثر اظهار فضل و فخر فروشی نیست بلکه بارقه‌ای است بر تحریک اهل علم و ادب برای نوشتن.

کتاب حاضر مشتمل بر دو بخش است. بخش اول شامل کارآفرینی و بخش دوم قابلیت‌های بازاریابی در ورزشی است. هر کتاب در واقع تجربه‌ای از نوشتن را به همراه دارد و خواندن عمیق و تأمل در ژرفای کتاب‌های مناسب می‌تواند سرمشق درست اندیشی و آسان نویسی باشد. در لابه‌لای آن راهنمایی توانا و طسوز هم نویسنده را به سرمنز غایی سوق دهد.

بازاریابی موفق مستلزم برخورداری از محصول مناسب در زمان مناسب و مکان مناسب است و اطمینان از اینکه مشتری از وجود محصول مطلع است. از این رو موجب سفارش‌های آینده می‌شود. با در نظر گرفتن موقعیت مؤسسات تجاری و امکان توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط جهت هدایت دقیق و مطالعه شده این چنین مشاغل و ارتقاء قابلیت‌های بازاریابی برای محصولات و فرآورده‌های حاصل از این نوع مشاغل ضرورت انجام این تحقیق صورت گرفته است. در این کتاب سعی شده است با تشریح ادبیات و مبانی نظری مطرح شده در حوزه‌های مربوطه به یک درک واقعی در رابطه با همبستگی بین متغیرهای قابلیت‌های بازاریابی در ورزش و کارآفرینی برسیم.

و من الله التوفیق

عسل نصیری اصل و اسماعیل خدائی

فهرست مطالب

۱۰	فصل اول
۱۰	مبانی نظری کارآفرینی
۱۱	مبانی نظری کارآفرینی
۱۱	تعریف کارآفرینی
۱۲	مفهوم کارآفرینی
۲۱	مدل های کارآفرینی
۲۱	۱. کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن
۲۲	۲. مدل کارآفرینی سازمانی کوراتکو و نافزیگر
۲۳	۳. مدل کارآفرینی سازمانی اکلس و نک
۲۵	گرایش به کارآفرینی
۲۸	گرایش به تغییر
۳۰	ضرورت تغییر سازمانی
۳۱	مقاومت در برابر تغییر
۳۳	تعهد به تغییرات سازمانی
۳۴	مدیریت و تغییر سازمانی
۳۶	اهداف تغییر سازمانی
۳۷	فرایند تغییر سازمانی
۳۷	نظریات مطرح در مورد تغییرات سازمانی
۴۱	انواع تغییر

۴۴	مدل‌های تغییر
۴۸	نوع‌شناسی کارآفرینی
۵۰	تمایل به کارآفرینی
۵۲	رویکردهای کارآفرینی
۵۸	ایده
۵۹	خلاصه‌سازی مدل
۶۰	پتانسیل کارآفرینی
۶۲	مدل فرآیندی «جفری تیمونز و دیگران» (۱۹۸۵)

فصل دوم ۶۴

مبانی نظری قابلیت‌های بازاریابی در ورزش ۶۴

۶۵	کارآفرینی و رقابت در بازار
۶۶	بازاریابی ورزشی
۶۸	مصرف‌کنندگان کالاهای ورزشی
۶۸	مصرف‌کنندگان خدمات ورزشی
۶۸	شرکت‌کنندگان و داوطلبان حضور در فعالیت‌های ورزشی
۶۹	تماشاگران، حامیان و طرفداران ورزشی
۶۹	کسب و کارهای کوچک و متوسط
۷۱	اهمیت توجه به قابلیت‌های بازاریابی
۷۲	مفهوم بازاریابی
۷۳	استفاده از برند
۷۳	بازارمحوری
۷۴	قابلیت‌های بازاریابی
۷۸	سنجش قابلیت بازاریابی
۷۹	ابعاد قابلیت‌های بازاریابی:
۷۹	قیمت‌گذاری:
۸۰	ارتباطات بازاریابی: