

بازاریابی ورزشی

www.ketab.ir

مؤلف:

دکتر حجت مردانه طالشمکائیل



سرشناسه : مردانه طالشمکائیل، حجت، ۱۳۶۶-

عنوان و نام پدیدآور : بازاریابی ورزشی / مؤلف دکتر حجت مردانه طالشمکائیل.

مشخصات نشر : اردبیل: سپهر فروزان، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری : ۱۶۳ ص.

شابک : ۶۵۰۰۰ ریال ۱-۰۴-۵۶۶۸-۶۲۲-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی : فیپا

یادداشت : کتابنامه: ص. ۱۶۳.

موضوع : ورزش -- بازاریابی

Sports-- Marketing

ورزشی -- جنبه های اقتصادی

Sports-- Economic aspects

رده بندی کنگره : ۷۷۱۶:GV

رده بندی دیویی : ۷۹۶/۰۶۸۱:

شماره کتابشناسی، ملی : ۸۶۶۹۰۲۰:



عنوان کتاب: بازاریابی ورزشی

مؤلف: دکتر حجت مردانه طالشمکائیل - ۰۹۱۴۳۵۷۳۲۹۷

ناشر: انتشارات سپهر فروزان

طرح و گرافیکست جلد: سید غلامرضا طالبی

صفحه بندی و صفحه آرایی: فاطمه طاحونی

نوبت و تاریخ چاپ: چاپ اول / ۱۴۰۰

شمارگان : ۴۰۰

شابک : ۱-۰۴-۵۶۶۸-۶۲۲-۹۷۸

قیمت : ۶۵۰۰۰ ریال.

کلیه حقوق قانونی، مادی و معنوی نشر و حق چاپ برای مؤلف محفوظ است، هیچ شخص حقوقی یا

حقیقی حق تکثیر تمام یا قسمتی از این مجموعه را ندارد. در صورت مشاهده تحت پیگرد قانونی

قرار می گیرند.

۱۱	فصل اول: معرفی بازاریاب
۱۳	معرفی بازاریابی
۱۳	تعریف بازاریابی
۱۴	روش های تأمین نیاز انسان
۱۴	مفاهیم اساسی بازاریابی
۱۵	تعریف جدید بازار
۱۶	تعریف مدیریت بازاریابی
۱۷	وظایف مدیریت بازاریابی
۱۷	انواع بازاریابی
۱۸	گرایش های مدیریت بازاریابی
۲۰	اهداف بازاریابی
۲۱	مدیریت بازاریابی
۲۱	تجزیه و تحلیل محیط بازاریابی
۲۱	محیط شناسی
۲۱	تحلیل محیطی
۲۱	روش های برخورد با محیط
۲۲	عناصر بازاریابی
۲۳	روش های رقابتی
۲۵	فصل دوم: فرآیند برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی
۲۷	برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی
۲۷	ارکان اصلی فرایند برنامه ریزی استراتژیک
۲۸	نقش برنامه ریزی استراتژیک
۲۸	روش های تجزیه و تحلیل بازار
۳۰	راه های افزایش قدرت شرکت
۳۰	فرایند برنامه ریزی استراتژی شرکت
۳۳	فصل سوم: تحقیقات در حوزه بازار یابی
۳۵	تعریف تحقیقات بازاریابی
۳۵	سیستم های اطلاعاتی بازاریابی

۳۶	فرایند تحقیقات بازاریابی
۳۷	تجزیه و تحلیل، تعبیر، تفسیر و عرضه یافته ها
۴۱	فصل چهارم: تقسیم بازار
۴۳	انواع بازاریابی
۴۴	روش ها و متغیرهای تقسیم بازار
۴۵	وضعیت وفاداری مشتریان
۴۵	استراتژی های تعیین بازار هدف
۴۷	فرایند تصمیم گیری مصرف کننده
۵۱	فصل پنجم: سیستم توزیع در بازاریابی
۵۳	توزیع
۵۳	مدیریت کانال توزیع
۵۳	ارتباط بین تولید کننده و مصرف کننده
۵۳	اهمیت واسطه ها در بازار
۶۱	انواع عمده فروش ها
۶۲	مدیریت توزیع فیزیکی
۶۵	فصل ششم: بازاریابی صنعت ورزش
۶۷	بازاریابی صنعت ورزش
۶۸	صنعت ورزش در جهان
۶۸	اجزاء صنعت ورزش ایران
۷۲	اجزای صنعت ورزش
۷۲	تبلیغات و بازاریابی ورزشی
۷۴	تورسم ورزشی
۷۷	فصل هفتم: پیش بینی فروش
۷۹	پیش بینی فروش
۷۹	عوامل مؤثر بر پیش بینی تقاضا
۸۲	تخمین نیازهای کل بازار
۸۵	روش های پیش بینی فروش
۸۶	انواع روش های پیش بینی فروش
۸۶	روش های کیفی پیش بینی فروش
۹۳	تحلیل سری های زمانی
۹۳	روش های سری های زمانی

۹۳	تجزیه اطلاعات
۹۵	هموارسازی نمایی
۹۶	تحلیل همبستگی
۹۷	مسائل مربوط به پیش بینی
۹۹	روندها و گرایش ها در پیش بینی
۱۰۹	فصل هشتم: تعیین قیمت
۱۰۳	قیمت
۱۰۳	اهمیت قیمت در اقتصاد امروز
۱۰۵	قیمت گذاری انواع مختلف بازارها
۱۰۶	قیمت گذاری مؤثر و مشتری گرا
۱۰۷	تجزیه و تحلیل رابطه بین قیمت و تقاضا
۱۰۹	فصل نهم: رفتار مصرف کننده
۱۱۱	رفتار مصرف کننده
۱۱۳	فرایند خرید با توجه به درجه اهمیت محصول
۱۱۳	عوامل مؤثر در فرایند تصمیم گیری خرید
۱۱۶	تلقیات و برداشت ها
۱۱۸	فرایند تصمیم گیری خرید سازمانی
۱۱۹	فصل دهم: مشکلات مدیریتی و بازاریابی برای MLS
۱۲۲	عوامل بازدارندگان کلیدی MLS
۱۲۲	ورزش های رقابتی و تأثیرات فرهنگی
۱۲۲	ساختار لیگ
۱۲۳	اصلاح محصول
۱۲۳	تغییر قوانین
۱۲۳	آمار
۱۲۳	ماهیت بازیکن
۱۲۴	داغ کردن بازار
۱۲۴	روابط گروهی
۱۲۵	فصل یازدهم: فرایند توسعه محصولات جدید
۱۲۵	تعریف محصول
۱۲۸	آیدیهایی و آیدیهایی
۱۲۹	شیوه رتبه بندی ایده محصول

۱۳۰.....	توسعه استراتژی بازاریابی.....
۱۳۱.....	مرحله معرفی محصول.....
۱۳۳.....	متحنی عمر محصول و مصرف کنندگان.....
۱۳۴.....	نام گذاری و مارک محصول.....
۱۳۴.....	بسته بندی محصول.....
۱۳۵.....	ضمانت نامه محصول.....
۱۳۷.....	فصل دوازدهم: آمیخته فعالیت های ترفیعی.....
۱۳۹.....	آمیخته فعالیت های ترفیعی.....
۱۴۰.....	آگهی و تبلیغات.....
۱۴۲.....	رسای آگهی.....
۱۴۲.....	پیشبرد فروش.....
۱۴۴.....	وظایف اصلی مدیریت نیروی فروش.....
۱۴۷.....	فصل سیزدهم: بازاریابی در ورزش و مسئولیت مدیران.....
۱۴۹.....	بازاریابی و مسئولیت مدیران.....
۱۵۱.....	انواع بازاریابی در ورزش.....
۱۵۳.....	تورسم ورزشی.....
۱۵۴.....	بازاریابی ورزشی.....
۱۵۵.....	انواع فعالیت ها در بازاریابی.....
۱۶۱.....	نتیجه گیری.....
۱۶۲.....	منابع.....

پیشگفتار

توسعه روز افزون تحصیلات دانشگاهی در جهان کنونی در رشته‌های مختلف به خصوص علوم انسانی و افزایش پویندگان این رشته‌ها مستلزم ایجاد امکانات، تسهیلات و تجهیزات مناسب خصوصاً از لحاظ منابع و مآخذ علمی به روز می باشد. این رسالتی است بسیار بزرگ که می بایست توسط اساتید محترم دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی ذربط بخصوص دانشگاه‌ها و مؤسسات علمی و فرهنگی کشور جامه عمل پوشیده گردد.

امید است این کتاب بتواند نیاز دانشجویان رشته‌های مختلف تربیت بدنی و علوم ورزشی بخصوص مدیریت ورزشی و سایر رشته‌های مدیریت را برآورده نماید.

هر فصل این کتاب بر اساس آخرین یافته‌های علوم ورزشی و مطالب مرتبط با موضوع فصل‌ها و مباحث به رشته‌ی تحریر در آمده است و لذا مطالب این کتاب علاوه بر تجربیات اساتید، برگرفته از یافته‌های روز آن مبحث نیز تهیه شده است. برخود لازم می دانم از کلیه کسانی که در تهیه، تدوین، جمع آوری و نگارش این کتاب مرا یاری رسانده اند تشکر و قدردانی نمایم.

در خاتمه، بر آن باورم که هرکاری عاری از نقص نمی‌باشد و لذا از کلیه‌ی اساتید، دانشجویان و دانش پژوهان انتظار می‌رود در رفع این معایب به هر طریق که لازم می دانند مرا مطلع نمایند و بنده نیز با دیده‌ی منت پذیرای انتقادات، پیشنهادات خواهم بود.

توفیق همگان را از پروردگار عالمیان مسئلت دارم.

دکتر حجت مردانه طالشمکائیل