



مقدمه‌ای بر بازاریابی ورزشی

مؤلف

آرون سی. تی اسمیت

مترجمین

دکتر محمود جعفرپور

معمدرضا بهشتی زواره

صادق حسینی مقدم

سرشناسه	Aaron C.T. Smith آرون سی تی اسمیت
عنوان و نام پدیدآورنده	مقدمه ای بر بازاریابی ورزشی
مشخصات نشر	تهران؛ پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی؛ انتشارات ۱۳۹۳
مشخصات ظاهری	۳۶۰ص؛ مصور، جدول
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۶۸۵۸-۰۱-۲
وضعیت فهرست نویسی	فیا مختصر
یادداشت عنوان اصلی	فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی http://opac.nlai.ir قابل دسترسی است
یادداشت	عنوان اصلی: <i>Introduction to Sport Marketing</i>
شناسه افزوده	جعفرپور، محمود، ۱۳۶۲- مترجم
شناسه افزوده	بهشتی زواره، محمدرضا، ۱۳۶۱- مترجم
شناسه افزوده	حسینی مقدم، صادق، ۱۳۶۳- مترجم
رده بندی کنگره	پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، انتشارات
شماره کتابشناسی ملی	۳۷۸۱۹۷۱

پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی مقدمه ای بر بازاریابی ورزشی



مترجمان: دکتر محمود جعفرپور، محمدرضا بهشتی زواره، صادق حسینی مقدم

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۸۵۸-۰۱-۲

ناشر: پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی

شمارگان: ۱۰۰۰

چاپ و صحافی: الغدير

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۳

قیمت: ۱۷۰۰۰ تومان

کلیه حقوق برای پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری محفوظ است.

پیشگفتار

تربیت بدنی و علوم ورزشی به عنوان یک حوزه علمی دانشگاهی در سال‌های اخیر روند رو به رشدی را در تمامی زمینه‌های آموزشی، پژوهشی و اجرایی داشته است. یکی از مسائل مهم مورد توجه مسئولان و برنامه‌ریزان، شناسایی، فراهم‌سازی و تقویت زمینه‌های لازم برای تولید دانش علوم ورزشی و به‌کارگیری علوم ورزشی تولید یافته در عرصه‌های ورزش قهرمانی و میادین بین‌المللی و نیز ورزش همگانی و سلامت عمومی است. به همین جهت پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی که در راستای سیاست‌های علمی، آموزشی و پژوهشی خود، برای انتقال آخرین یافته‌ها به منظور توسعه روزافزون دانش و فناوری در ایران اسلامی بنیان نهاده شده، در نظر دارد با فراهم کردن بستری مناسب برای پیشبرد فعالیت‌های پژوهشی و نیز ارتقاء سطح علمی، فرهنگی و کمک به تلفیق علم و عمل، گامی مؤثر در رفع نیازهای علمی ورزش کشور بردارد. در این راستا، پژوهشگاه اقدام به انتشار کتاب‌های علمی- ورزشی- تخصصی برگرفته از تلاش‌های متخصصان، محققان و دانش‌آموختگان تربیت بدنی و علوم ورزشی نموده است. امید است با انتشار این گونه کتب، به فضل خداوند متعال، گام‌های مؤثری در جهت تحقق اهداف عالیه نظام جمهوری اسلامی ایران برداشته باشیم.

پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

فهرست

۱	فصل اول: مقدمه بازاریابی ورزشی
۱۵	فصل دوم: بازارهای ورزشی
۳۷	فصل سوم: مصرف کنندگان ورزشی
۵۹	فصل چهارم: فرصت‌های بازاریابی ورزشی
۸۹	فصل پنجم: استراتژیهای بازاریابی ورزشی
۱۱۵	فصل ششم: محصولات ورزشی
۱۴۳	فصل هفتم: قیمت گذاری ورزشی
۱۷۱	فصل هشتم: توزیع ورزشی
۱۹۱	فصل نهم: ترفیع ورزشی
۲۱۵	فصل دهم: حمایت مالی در ورزش
۲۶۷	فصل یازدهم: خدمات ورزشی
۳۰۳	فصل دوازدهم: بازاریابی ورزشی و رسانه های نوین
۳۳۷	فصل سیزدهم: اجرا و کنترل بازاریابی ورزشی