



اصول و مبانی بازاریابی ورزشی

از سری بسته‌های آموزشی دوره‌های فراگیر تحصیلات تکمیلی

تألیف:

کریم زهره‌وندیان
فرشته ابراهیمی



سرافرازان البرز

اصول و مبانی بازاریابی ورزشی

✱ تالیف: کریم زهره وندیان، فرشته ابراهیمی

✱ ناشر: سرافرازان البرز

✱ چاپ و صحافی: سرافراز

✱ تعداد صفحات: ۵۹ صفحه

✱ نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۲

✱ شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۳۴۹-۶۵-۶

✱ شمارگان: ۱۰۰ جلد

✱ قیمت سری کامل بسته آموزشی: ۱۹۵۰۰۰ تومان

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است.



سرشناسه	: زهره وندیان، کریم، ۱۳۶۲
عنوان و نام پدیدآور	: اصول و مبانی بازاریابی ورزشی / تالیف کریم زهره وندیان، فرشته ابراهیمی.
مشخصات نشر	: کرج: سرافرازان البرز، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۵۹ ص.
فروست	: از سری بسته های آموزشی دوره های فراگیر تحصیلات تکمیلی
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۷۳۴۹-۶۵-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: ورزش --- بازاریابی
موضوع	: ورزش -- جنبه های اقتصادی
موضوع	: ورزش -- پشتیبانی مالی
شناسه افزوده	: ابراهیمی، فرشته
رده بندی کنگره	: GV۱۶۳۹۲۷۱۶ ۶الف ۹/ز
رده بندی دیویی	: ۷۹۶/۰۶۹۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۴۴۳۷۵۸

مرکز بخش: انتشارات سرافرازان البرز

کرج - رجائی شهر - بلوار مؤذن شرقی - روبروی بانک ملی دانشگاه آزاد - پلاک ۳۲

تلفن: ۰۹۳۷۰۸۸۵۱۴۹ - ۳۴۲۰۸۵۶۳ - ۳۴۲۰۱۵۲۳ - ۳۴۲۰۱۵۲۲ - ۳۴۲۰۹۱۰۰ - ۰۲۶

www.hamrah-pnu.ir

مقدمه ناشر

دانش‌پذیر گرامی!

پس از انتشار کتاب‌های کمک آموزشی همراه در رشته‌های مختلف و استقبال بی‌نظیر دانشجویان، گروه علمی همراه در طرحی جدید اقدام به انتشار مجموعه بسته‌های آموزشی فراگیر دوره‌های تحصیلات تکمیلی توسط اساتید باسابقه دانشگاه‌های کشور نمود. در این کتاب‌ها سعی گردیده تا نکات کلیدی کتاب‌ها به طور جامع و مفصل پوشش داده شود. همچنین سوالات آزمون‌های فراگیر دوره گذشته برای مرور دانشجو و آشنایی و آمادگی برای آزمون در انتهای کتاب قرار گرفته است. هدف ما در این سری از بسته‌ها کیفیت بالا، قیمت مناسب، حجم قابل قبول و نیز مفید و موثر بودن کتاب برای دانشجو بوده است.

مدیریت مجموعه همراه، زیر نظر چند تن از اساتید صاحب‌نظر دانشگاه پیام نور بوده و هدف آن رضایت دانشجو و استفاده موثر از کتب تولیدی می‌باشد. از اساتید و دانشجویان عزیز خواهشمندیم که با نظرات سازنده خود ما را در بهبود و ارتقای سطح کیفی این مجموعه یاری فرمایند.

پیروز و سربلند باشید

فهرست عناوین

صفحه	عنوان
۱	مقدمه
	فصل اول
۳	بازاریابی چه هست
	فصل دوم
۹	فرصت
	فصل سوم
۱۳	انسان‌های فرصت‌یاب
	فصل چهارم
۱۵	منابع اصلی بنگاه‌ها در فرصت‌یابی
	فصل پنجم
۱۹	راهکارهای تجهیز سازمانها
	فصل ششم
۲۵	فرصت در بازاریابی
	فصل هفتم
۲۷	تحلیل SWOT یا TOWS چیست؟
	فصل هشتم
۳۹	سوالات چهارگزینه‌ای
	فصل نهم
۵۷	پاسخ سوالات چهارگزینه‌ای