

شماره درس: ۶۲۲۴۱۵

عنوان درس: مدیریت بازاریابی در ورزش

پیش نیاز/ هم نیاز:

تعداد واحد: ۲ نوع واحد: نظری

انتخابی

تخصصی

تعداد ساعت: ۳۲ نوع درس: پایه

اهداف:

- آشنایی دانشجویان با اصول و مبانی بازاریابی به طور عام و با مبانی بازاریابی ورزشی به طور خاص.

سرفصل ها:

- مفاهیم و تعاریف بازاریابی در ورزش
- تحقیقات بازاریابی و ایجاد طرح بازاریابی ورزشی
- آمیخته بازاریابی در ورزش و عوامل مؤثر بر آن
- شیوه های درآمد زایی در ورزش
- تکنیک های قیمت گذاری محصولات و خدمات ورزشی
- تبلیغات در ورزش
- بازاریابی در باشگاه ها و لیگ های ورزشی
- بازاریابی توریسم ورزشی



منابع:

1. Stewart, Bob (2007). Sport funding and finance. Butterworth-Heinemann.
۲. لاولاک، کریستوفر و رایت، لارن (...). اصول بازاریابی و خدمات. ترجمه: ابوالفضل تاجزاده نمین (۱۳۸۹)، چاپ اول، سمت، تهران.
۳. محرمزاده، مهرداد (۱۳۸۷). مدیریت بازاریابی ورزشی. چاپ اول، جهاد دانشگاهی، ارومیه.
۴. ابراهیمی، عبدالحمید؛ روستا، احمد و ونوس، داور (۱۳۷۵). مدیریت بازاریابی. چاپ اول، سمت، تهران.
۵. ابراهیمی، عبدالحمید؛ روستا، احمد و ونوس، داور (۱۳۷۵). تحقیقات بازاریابی، نگرشی کاربردی. چاپ اول، سمت، تهران.