

عنوان درس: مدیریت نشان (برند) و بلیطفروشی در سازمان های ورزشی شماره درس: ۶۲۲۱۱۷

تعداد واحد: ۲ نوع واحد: نظری پیش نیاز: ۶۲۲۱۱۳

تعداد ساعت: ۳۲ نوع درس: پایه تخصصی انتخابی

اهداف:

- آشنایی دانشجویان با نشان های تجاری و نحوه ارتقا و مدیریت آن ها و همچنین بلیط فروشی در رویدادها و سازمان های ورزشی

سرفصل ها:

- نشان گذاری
- وفاداری به برند ورزشی
- چهارچوب مفهومی وفاداری مشتری به برند
- موضوعات مرتبط به برند در عرصه صنعت ورزش
- استادیوم ها ورزشی
- موفقیت
- سنت
- تحویل محصول
- بازیکن ستاره
- هواداران
- عوامل مرتبط با تداعی برند در ورزش
- نقش کیفیت خدمات بر روی تداعی و وفاداری به برند در ورزش
- ارزش استراتژیک برند برای سازمان های ورزشی
- برند و سهم آن در دارایی های نامشهود سازمان های ورزشی
- انحصار مالکیت محصول و برند در ورزش
- آشنایی با پژوهش و تحقیقات در زمینه برند ورزشی



منابع:

۱. وزارت بازرگانی، سازمان توسعه تجارت ایران (اسفند ۱۳۸۷). گزارش برند. ناشر: دفتر امور بنگاه ها، گروه ترویج بسته بندی، چاپ تهران.
2. Dhar, Mainak (2007). Brand management 101: 101 lessons from real-world marketing. John Wiley and Sons.
3. Heding, Tilde ; Knudtzen, C. F. & Bjerre, Mogens (2009). Brand management: research, theory and practice. Taylor & Francis.