

شماره درس: ۶۲۲۱۲۳

عنوان درس: مدیریت بازاریابی در سازمان های ورزشی المپیک

پیش نیاز: ۶۲۲۱۱۳

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

انتخابی

تخصصی

نوع درس: پایه

تعداد ساعت: ۳۲

اهداف:

- آشنایی دانشجویان با سازمان های ورزشی المپیک و نحوه برنامه ریزی در زمینه بازاریابی در صنعت ورزش و نحوه تبلیغ، توزیع و چگونگی جذب مشتری و آگاهی از وضعیت بازاریابی در رویدادهای بزرگ

سرفصل ها:

- آشنایی با سازمان های ورزشی المپیک (IOC-ISF-OCA,...)
- تئوری بازاریابی ورزشی که در سازمان های مذکور اجرا شده
- سیستم های اطلاعات بازاریابی ورزشی
- مددل های بازاریابی ورزشی اجرا شده
- نقش حمایت کنندگان مالی - شرکاء در بازیهای المپیک و جام جهانی فوتبال
- حقوق پخش تلویزیونی (بازیهای المپیک و جام جهانی فوتبال و دیگر رشته ها)
- مدیریت بازاریابی جهانی صنعت ورزش
- آشنایی با تحقیقات بازاریابی ورزشی در المپیک و مسابقات قهرمانی جهان و قاره



منابع:

۱. کاتلر و آرمسترانگ (...). اصول بازاریابی. ترجمه: پارسائیان (۱۳۷۹)، چاپ اول، نشر آی لار، تهران.
۲. ابراهیمی؛ روستا؛ ونوس (۱۳۷۵). تحقیقات بازاریابی. چاپ اول، سازمان سمت، تهران.
3. Ferrand, Alain & Torrigiani, Luigino. (2005). Marketing Of Olympic Sport Organization. Human kinetics
4. Camy, Gean; & Pobison, Leigkr (2007). Mamaging Olympic Sport Organizatin. Human kinetics