

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط حوزه های بازاریابی و توسعه به لحاظ مدیریت دانش و گرایش به بازار در سازمان های ورزشی

محل انتشار:

ششمین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

فاتح فرازبانی - استادیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور

لقمان کشاورز - استاد گروه مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور

ناهید ایرندگانی - کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی گرایش راهبردی

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی ارتباط حوزه های بازاریابی و توسعه به لحاظ مدیریت دانش و گرایش به بازار در سازمان های ورزشی استان سیستان و بلوچستان بوده ، تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ استراتژی از نوع همبستگی بوده و جامعه آماری پژوهش را مدیران، مشتریان، ورزشکاران و مربیان سازمان های ورزشی دولتی و خصوصی استان سیستان و بلوچستان تشکیل داده است بر 128 نفر به عنوان نمونه تحقیق (در دسترس) برگزیده شدند برای گردآوری داده ها از پرسشنامه های حوزه های بازاریابی به لحاظ مدیریت دانش و گرایش به بازار که روایی و پایایی آن تایید شد استفاده گردید. پرسشنامه های به صورت الکترونیک توزیع گردید. برای تحلیل داده ها و آزمون فرضیات از روش های آمار توصیفی و استنباطی از جمله کلمو گروف اسمیرنف ، تحلیل عاملی تاییدی و تحلیل مسیر با کمک نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شد. یافته های پژوهش حاکی از این بود که مدل ارتباطی دارای برآزش مناسب می باشد و ارتباط بین مولفه های متغیر های مورد پژوهش معنادار بود. امتیاز حاصل برای متغیر حوزه های بازاریابی و توسعه به لحاظ مدیریت دانش برابر 83/45 شده است. سازمان های ورزشی با ارتقای دانش کارکنان خود در زمینه بازاریابی می توانند در پیشبرد اهداف سازمان خود و تقویت بازار در جامعه هدف موفق تر عمل کنند

کلمات کلیدی:

بازاریابی ، مدیریت دانش ، گرایش به بازار ، سازمان های ورزشی ، سیستان و بلوچستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1031611>

