

## عنوان مقاله:

بررسی بازاریابی اسلامی در حوزه ورزش جهانی و چالش های پیش روی آن

## محل انتشار:

ششمین همایش بین المللی مطالعات ورزشی و سلامت در جهان اسلام (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسنده:

فاطمه رضایور - مدرس دانشگاه در رشته تربیت بدنی، دبیر تربیت بدنی استان گیلان، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه گیلان

## خلاصه مقاله:

هدف تحقیق، بررسی بازاریابی اسلامی در ورزش جهانی و چالش های آن هست. این تحقیق، از نوع توصیفی است و از روش کتابخانه ای و تحلیل محتوا قرآن استفاده شده است. عناصر آمیخته بازاریابی 5p با استناد به قرآن و مقالات معتبر، در حوزه بازاریابی اسلامی ورزش، بررسی شده است. نتایج نشان داد که بازاریابی اسلامی، دارای منافع فردی و اجتماعی، قیمت گذاری، تبلیغات، ترویج و روابط عمومی مناسب می باشد و پیشنهاد شده است که در تولید این محصولات، به نیازهای مصرف کننده، کیفیت محصول، خلاقیت، روابط عمومی و همچنین ایجاد آگاهی از برندهای اسلامی ورزشی از طریق رسانه های پوشش دهنده رویدادهای ورزشی، توجه شود.

## کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی، بازاریابی اسلامی، برند اسلامی ورزشی، ورزش جهانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1181224>

