

## عنوان مقاله:

نقش ارتباطات رسانه ای و تبلیغات موثر در جذب حامیان مالی برای ورزش بانوان در استان لرستان

## محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی ارتباطات ورزشی: سواد ارتباطی و سواد رسانه ای در ورزش (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسنده:

فاطمه امرایی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور واحد قشم

## خلاصه مقاله:

این تحقیق از نوع کاربردی بوده و به منظور بررسی نقش ارتباطات رسانه ای و تبلیغات موثر در جذب حامیان مالی برای ورزش بانوان در استان لرستان انجام پذیرفته است. تحقیق از نوع کاربردی بوده و روش تحقیق مورد استفاده از نوع توصیفی/پیمایشی و همبستگی میباشد. جامعه آماری تحقیق را مدیران ورزشی استان، متخصصان بازاریابی، مدیران عامل باشگاه های ورزش زنان، و مدیران اسپانسرهای دو دوره اخیر ورزش بانوان استان لرستان تشکیل میدهد که با توجه به محدود بودن جامعه نمونه آماری برابر با جامعه آماری و برابر ۹۲ نفر در نظر گرفته شد. ابزار مورد استفاده پرسشنامه محقق ساخته بود. آزمون فرضیه های تحقیق نشان داد که پخش تلویزیونی ورزش بانوان بر جذب حامیان مالی (۰/۶۲۵)؛ «تدوین برنامه تبلیغات از سوی باشگاه ها و ارگانهای مربوطه» بر «جذب بخشهای خصوصی جهت سرمایه گذاری در ورزش بانوان» (۰/۷۵۸) و «در نهایت ارتباطات رسانه ای و تبلیغات موثر بر جذب حامیان مالی برای ورزش بانوان استان لرستان» (۰/۸۱) تاثیر معنیداری و مثبتی دارد. لذا با توجه به نتایج تحقیق به منظور جذب حامیان مالی و در راستای رشد و پیشرفت ورزش بانوان در جامعه لازم است تا به تبلیغات رسانه ای توجه ویژه ای از سوی مسئولین امر صورت پذیرد.

## کلمات کلیدی:

رسانه، تبلیغات، ورزش بانوان، حامیان مالی، استان لرستان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1251229>

