

عنوان مقاله:

مدیریت بازاریابی ورزش در جمهوری اسلامی ایران با نگاه به توانمندی ها و فرصت های ورزش کشور

محل انتشار:

هفتمین همایش ملی مطالعات ورزشی و سلامت در جهان اسلام (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسنده:

محرم غفاری - دانشجوی POST DBA پسادکترای حرفه ای، دانشگاه صنایع و معادن ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش به صورت توصیفی-کاربردی به موضوع پرداخته و حاصل تلاش و یافته های پژوهشگر در اجرا یکارگاه های کارآفرینی و بازاریابی برای کارآفرینان بخش ورزش در کشور و یافته های علمی و مصاحبه با مدیران و افراد درگیر با ورزش و فعالان عرصه ورزش کشور و استان ها بوده و موضوع آن بررسی مدیریت بازاریابی ورزش در جمهوری اسلامی با نگاه به توانمندی ها و فرصت های ورزش در کشور بوده و پژوهشگر به دنبال یافتن راهکارهای تاثیرگذار در امر مدیریت بازاریابی ورزش در کشور و به تبع آن توسعه پایدار در کشور هست. همه اندیشمندان حوزه بازاریابی ورزش بر این امر اذعان دارند که بازاریابی در صنعت ورزش جهانی دارای ظرفیت استراتژیکی بوده و می تواند در توسعه پایدار کشورها نقش حیاتی را ایفاء نماید که لازمه آن شناخت عناصر تاثیرگذار و توانمندساز این صنعت استراتژیکی هست. کشور جمهوری اسلامی ایران به دلیل همسایگی بلافصل با ۱۵ کشور و با یک واسطه با ۲۵ کشور همسایگی نزدیکی داشته و این امر میتواند با استفاده از ظرفیت استراتژیکی بازاریابی ورزش، تاثیر ویژه ای در توسعه پایدار کشور داشته باشد و از طرفی به دلیل دارا بودن توان ورزشی در عرصه های گوناگون و دارا بودن ورزشکاران حرفه ای و مدال آوران عرصه های ورزشی جهان در ورزش های انفرادی و گروهی که اکثر آنها دارای شهرت جهانی و درتیم های ورزشی کشورهای مطرح جهان فعالیت می کنند. - می تواند در دستیابی به اهداف بلندمدت، میان مدت و کوتاه مدت تاثیر ویژه ای داشته باشد. گه پژوهشگر در این مقاله به دنبال یافتن راهکارهای تاثیرگذار راهبردی بوده و بر آن است که نتایج و پیشنهاد های ارائه شده در پایان مقاله بتواند گام موثر در دستیابی به اهداف کلان در سطح کشوری به ویژه در امر ورزش، بردارد.

کلمات کلیدی:

ورزش، بازاریابی ورزش، توانمندی های ورزش کشور، مدالآوران ورزش، بازاریابی ورزش در ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1563163>

