

## عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر تبلیغات اینترنتی در ورزش

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت، حسابداری و اقتصاد، دوره 5، شماره 1 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسنده:

فاطمه نساء کیقبادی - کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی مدیریت بازاریابی در ورزش، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق، شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر تبلیغات اینترنتی در ورزش بود. روش تحقیق این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی میباشد که به صورت میدانی اجرا شده است. جامعه آماری این تحقیق مدیران باشگاه های خصوصی در استان گلستان، که به تعداد ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شده است. نمونه آماری این تحقیق مدیران باشگاه های خصوصی در استان گلستان، که به تعداد ۱۶۹ نفر باتوجه به جدول مورگان بدست آمده است. روش نمونه گیری به روش تصادفی ساده، بود. برای جمع آوری داده های تحقیق از پرسشنامه استفاده شد و به این پرسشنامه ها پاسخ دادند. در این راستا، پس از تهیه پرسشنامه های مربوط و بررسی روایی و پایایی آنها و همچنین هماهنگی با باشگاه های خصوصی در استان گلستان پرسشنامه ها در بین آزمودنی ها توزیع و جمع آوری شد. یافته های تحقیق نشان داد که، حمایتی مالی بر تبلیغات اینترنتی در ورزش تاثیر دارد. مدیریت محصول بر تبلیغات اینترنتی در ورزش تاثیر دارد. مدیریت ارتباط بامشتری بر تبلیغات اینترنتی در ورزش تاثیر دارد. مدیریت دانش بر تبلیغات اینترنتی در ورزش تاثیر دارد. قدرت های حاکم بر رسانه ها بر تبلیغات اینترنتی در ورزش تاثیر دارد.

## کلمات کلیدی:

حمایت مالی، مدیریت محصول، مدیریت ارتباط بامشتری، مدیریت دانش، قدرت های حاکم بر رسانه ها، تبلیغات اینترنتی در ورزش

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1841277>

