

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بازاریابی بر بازاریابی ورزشی از دیدگاه مربیان کاراته استان گلستان

## محل انتشار:

چهارمین همایش ملی دستاوردهای جدید در علوم ورزشی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

صایب فرزادیان - کارشناسی ارشد، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

رضا رضایی شیرازی - استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

## خلاصه مقاله:

بازاریابی ورزشی فرآیند طراحی و اجرای فعالیتهایی برای تولید، قیمت گذاری، ترویج و توزیع فرآورده های ورزشی جهت تأمین نیازها یا تمایلات مشتریان و نیل به اهداف سازمانی می باشد و عنصری است که اقتصاد کشور را زیر و رو می سازد و به تدریج برکل جهان تأثیر می گذارد. در این میان حمایت از ابزارهای بازاریابی ورزشی است و وسیله ای است که می تواند در ارتباطات کلیسازمان نقش داشته باشد و نیاز به همکاری سایر ابزارهای ارتباطی دارد. نتایج تحقیقات حاکی از آن است که بازاریابی و سودآوری یکی از اهداف اساسی اغلب شرکتهای دولتی و خصوصی در همکاری با فدراسیون ها جهت کسب شهرت در سراسر جهاناست به طوری که یاحبان سرمایه در جهت کسب شهرت اقدام به احداث فضاها و ارایه خدمات ورزشی، تولید پوشاک و لوازمورزشی و نیز برگزاری مسابقات درآمدزا می کنند. در این تحقیق ضمن نگاهی به بازاریابی ورزشی استان گلستان ابعادمدیریت، محیط، استراتژی، آمیخته بازاریابی (محصول، قیمت، توزیع، ترویج و روابط عمومی) را مورد بررسی قرار می دهیم.

## کلمات کلیدی:

بازایابی، بازاریابی ورزشی، ابعاد مدیریتی، اقتصاد ورزشی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/751959>

