

## اصول و مبانی بازاریابی ورزشی ( کارشناسی ارشد بازاریابی ورزشی )

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : -----

تعداد واحد : ۲ واحد

### هدف درسی :

آشنایی دانشجویان با اصول و مفاهیم اولیه بازاریابی و بازاریابی ورزشی  
کسب مهارت به کارگیری مفاهیم بازاریابی ورزشی در عمل

### سرفصل درسی :

- جلسه اول: آشنایی با مفاهیم اولیه بازاریابی
- جلسه دوم: آشنایی با مفاهیم اولیه بازاریابی ورزشی و صنعت ورزش
- جلسه سوم: فلسفه و تئوری های بازاریابی
- جلسه چهارم: آمیخته بازاریابی ورزشی
- جلسه پنجم و ششم: برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی
- جلسه هفتم و هشتم: تحقیقات بازاریابی ورزشی
- جلسه نهم: تقسیم بازار و انتخاب بازار هدف
- جلسه دهم: کیفیت خدمات و ارائه خدمات به مشتریان ورزشی
- جلسه یازدهم: فعالیتهای ترویجی در ورزش
- جلسه دوازدهم: حمایت مالی به عنوان یک فعالیت ترویجی
- جلسه سیزدهم، چهاردهم و پانزدهم: نقد و بررسی مقالات انگلیسی حوزه بازاریابی ورزشی

### منابع درسی:

- مدیریت بازاریابی ، انتشارات سمت، تالیف روستا، ونوس، ابراهیمی (منبع اصلی)
- مبانی بازاریابی ورزشی ، پیتز و استوتلار ، ترجمه عظیم زاده ، انتشارات دانشگاه فردوسی (منبع جانبی)
- مدیریت بازاریابی ورزشی، کشگر و همکاران، انتشارات علم و حرکت (منبع جانبی)

### انتظارات از دانشجو :

- ارائه مقالات علمی حوزه بازاریابی ورزشی مرتبط با سرفصلهای کلاس
- حضور و آمادگی کامل در جلسات درس

### نحوه ارزشیابی :

- حضور فعال در کلاس درس ( ۲ نمره) : شامل حضور و عدم تاخیر در تمامی کلاس ها ، مشارکت در بحث های کلاسی و ...
- نقد و بررسی صحیح و علمی مقالات علمی در حوزه بازاریابی ورزشی ( ۴ نمره)
- آزمون پایان ترم ( ۱۴ نمره)

[alirezaelahi@yahoo.com](mailto:alirezaelahi@yahoo.com)

۰۹۱۲۳۳۷۹۳۳۸