

عنوان مقاله:

بررسی شناسایی عوامل موثر بر توسعه بازاریابی ورزش بانوان استان خوزستان

محل انتشار:

اولین همایش ملی دستاوردهای نوین تربیت بدنی و ورزش (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

مصطفی درویشی - دانش اموخته کارشناسی ارشد علوم ورزشی و تربیت بدنی دانشگاه بیرجند

حمید پوسانه - دانش اموخته کارشناسی ارشد علوم ورزشی و تربیت بدنی دانشگاه مشهد

خلاصه مقاله:

در هدف از این پژوهش شناسایی و ارزیابی برخی عوامل موثر بر توسعه بازاریابی ورزش بانوان استان خوزستان از دیدگاه مدیران باشگاه های ورزشی بانوان و مدیران و کارشناسان ادارات تربیت بدنی بود. جامعه آماری این پژوهش را کلیه مدیران و مربیان باشگاه های ورزشی بانوان 60 نفر و کارشناسان ادارات تربیت بدنی 50 نفر تشکیل دادند. (N=110) ابزار پژوهش پرسشنامه ای شامل 40 سوال که پایایی آن 95 درصد بود. نتایج نشان داد که 11 عامل حمایت مالی، مدیریت مکان، مدیریت محصول، مدیریت فرآیند، مدیریت قیمت، قدرت های حاکم بر بازار، روابط عمومی، عوامل انگیزشی، انتظارات طرفداران و تماشاگران، شواهد فیزیکی مهمترین عوامل موثر بر توسعه بازاریابی ورزش بانوان استان خوزستان بودند که لازم است توجه و سرمایه گذاری اداره کل تربیت بدنی و مدیران باشگاه های ورزشی بانوان و بازاریابان ورزشی در سطح استان در این زمینه ها متمرکز گردد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی ورزشی، بازاریابی ورزش بانوان، ورزش بانوان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/427014>

