

شرح درس اساتید مرکز تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور

ردیف	محور	توضیح
۱	عنوان درس	مدیریت بازاریابی در صنعت ورزش
۲	نام استاد	حمید قاسمی
۳	سال تحصیلی	نیمسال اول ۱۳۹۸-۱۳۹۹
۴	معرفی درس	این درس یکی از درس‌های کلیدی در مدیریت ورزشی است که بر روش‌های مؤثر بازاریابی ورزشی تأکید دارد.
۵	هدف درس	نقد و بررسی نظریه‌ها و مدل‌های بازاریابی در ورزش و آشنایی با شیوه‌های تحقیق و تحلیل در بازاریابی ورزشی
۶	روش تدریس	هریک از موضوعات اصلی درس در طول ترم در قالب هشت سرفصل جزئی‌تر مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.
۷	فعالیت دانشجوی	هریک از دانشجویان در طول نیمسال موظف به انجام سه کار هستند: اول) مطالعه و تحقیق پیرامون «محورهای مشخص شده» در ایران و جهان دوم) نگارش یک مقاله خلاصه ۵۰۰ تا ۱۵۰۰ کلمه با حداقل ۵ منبع برای هر جلسه (۵/۰ نمره و تا ۴ نمره) سوم) ارائه مقاله خلاصه در ۵ دقیقه (۲۵/۰ و تا ۲ نمره) چهارم) شرکت در مباحثه‌های کلاسی پیرامون محور تعیین شده (۲۵/۰ و تا ۲ نمره) پنجم) نگارش یک مقاله کامل از مجموعه خلاصه‌های ارائه شده در پایان ترم (۲ نمره)
۸	سرفصل‌های درس	الف) مفاهیم پایه بازاریابی ورزشی، ب) مدیریت آمیخته بازاریابی در ورزش، ج) مدیریت رفتار مصرف‌کننده، د) مدیریت ارتباطات و سیستم‌های اطلاعاتی، ه) مدیریت خرید و فروش و بازاریابی جهانی، و) مدیریت تجارت الکترونیک، ز) مدیریت تبلیغات، ح) تحلیل وضعیت بازاریابی ورزشی در ایران
۹	منابع درس	الف) مدیریت بازاریابی ورزشی، تألیف کشکر و همکاران، انتشارات علم و حرکت (۱۳۹۵) ب) مدیریت بازاریابی ورزشی، تألیف فراهانی و همکاران، انتشارات پیام نور (۱۳۹۷) C) ADVANCED THEORY AND PRACTICE IN SPORT MARKETING (2008). Eric C. Schwarz and Jason D. Hunter. Elsevier Inc.
۱۰	ارزشیابی	۱۰ نمره فعالیت دانشجوی (ردیف ۷) و ۱۰ نمره آزمون کتبی