

# تأثیر بازاریابی ورزشی در جذب سرمایه در مدیریت ورزشی استان گیلان

محمد تقی رسولی کومله \*، 62،

1398-6-20

امروزه، از بازاریابی ورزشی به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، تندرستی و سلامتی جامعه یاد می کنند؛ به همین دلیل مدیران ورزشی و مسئولان امور بازاریابی سعی در ارتقاء و گسترش آن دارند، ولی این ارتقاء و گسترش خود مستلزم ایجاد شرایط ویژه ساختاری، سیاسی فرهنگی و اجتماعی است. هدف تحقیق حاضر، بررسی تأثیر بازاریابی ورزشی در جذب سرمایه برای مدیریت ورزشی استان گیلان می باشد. پژوهش حاضر از نوع توصیفی است و به لحاظ هدف کاربردی است. از نظر جمع آوری داده ها نیز میدانی تلقی می شود. ابزار گردآوری این داده ها (جذب سرمایه، حامیان مالی، تبلیغات، رسانه های گروهی، گردشگری ورزشی) در این پژوهش پرسشنامه می باشد، که شامل 27 سوال برای سنجش کل متغیرهای تحقیق است. برای سنجش متغیرها نیز از طیف لیکرت پنج گزینه ای استفاده شد. روایی پرسشنامه توسط اساتید و کارشناسان و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ (0/7)

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: بازاریابی ورزشی، جذب سرمایه، مدیریت ورزشی، حامیان مالی، تبلیغات، رسانه های گروهی، گردشگری ورزشی

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)