



معاونت آموزشی

گزارش توجیهی ایجاد رشته / گرایش

کلیات:

دانشکده: علوم ورزشی

گروه آموزشی متقاضی/مجری رشته: رفتار حرکتی و مدیریت ورزشی

عنوان رشته/گرایش:

مدیریت بازاریابی در ورزش

دوره تحصیلی: کارشناسی ارشد

بین رشته‌ای (نام گروه‌های وابسته): مدیریت، علوم اقتصادی

برنامه درسی مصوب: دارد ■ ندارد □

تاریخ آخرین بازنگری برنامه درسی: ۴ مهر ماه ۱۳۹۰

مرجع تصویب برنامه درسی: وزارت علوم

بخش ۱: وضعیت رشته گرایش مورد تقاضا در دانشگاه

۱-۱- انطباق با اسناد بالا دستی: (واضح و مختصر بیان گردد)

- نقشه جامع علمی کشور: (اهداف ایجاد رشته مورد تقاضا مبتنی بر کدام یک از اولویتهای علم و فناوری کشور است)
- ❖ بخش راهبردهای کلان ۳، بند ۸: «ساماندهی فن بازارهای عمومی و ایجاد فن بازارهای تخصصی در حوزه‌های اولویت دار کشور».
- ❖ راهبردهای کلان ۳، بند ۹: «حمایت از ایجاد مراکز ارائه خدمات پشتیبان، ایده تا بازار و نهادهای واسط حقوقی، مالی، فنی و اداری در موضوعات اولویت‌دار علم و فناوری».
- ❖ راهبردهای کلان ۴، راهبردهای ملی، بند ۲: «ارتباط مستمر و هم‌افزا در بین سه جریان تولید و انتشار و کاربرد و توسعه دانش و تقویت فرایند تبدیل ایده به محصول».
- ❖ راهبردهای کلان ۶، اقدامات ملی، بند ۴: «هدایت منابع و بودجه‌های آموزشی و پژوهشی به سوی نیازها و مأموریت‌های ملی».
- ❖ راهبردهای کلان ۶، اقدامات ملی بند ۸: «توسعه فرهنگ پژوهش و کارآفرینی در آموزش عالی و برقراری تعامل فعال با نهادها و بنگاه‌های اقتصادی و اجتماعی در برنامه ریزی‌های آموزشی».
- ❖ راهبردهای کلان ۷، اقدامات ملی، بند ۶: «حمایت از توسعه علوم و فناوری‌های میان رشته‌ای».
- ❖ راهبردهای کلان ۱۰، اقدامات ملی، بند ۲۰: «بازنگری در توسعه کمی و کیفی رشته‌های علوم انسانی و میزان پذیرش دانشجو بر اساس نیازهای جامعه و وجود فرصت‌های شغلی».

• سند راهبردی دانشکده/دانشگاه: (اهداف ایجاد رشته مورد تقاضا مستخرج از کدام گزاره/ عبارت سند مزبور است)

• سند دانشگاه : سند راهبردی علوم انسانی

- اهداف کلان ۱. ردیف ۲۸. «تعداد رشته‌های آموزشی».
- اهداف کلان ۱، ردیف‌های ۳۰، ۳۱ و ۳۲. «تاسیس حوزه‌های میان رشته‌ای»
- اهداف کلان ۲. ردیف ۹ و ۱۰ «توسعه متوازن واحدهای پژوهشی»
- اهداف کلان ۳. بندهای ۱ و ۲ و ۳ و ۴ «ارتقای توانمندی در کارآفرینی»

سند دانشکده :

هدف کلان ۱، جزء ۲: دستیابی به جایگاه ممتاز آموزشی به ویژه در تحصیلات تکمیلی

هدف کلان ۱. جزء ۳: تاسیس حوزه های میان رشته‌ای

هدف کلان ۳، جزء ۱: ارتقاء توانمندی‌های کارآفرینی

هدف کلان ۶، جزء ۱: برخورداری از منابع انسانی کارآمد، شایسته، ملتزم به ارزش‌های محوری دانشگاه

۱-۲- مشخصات اعضای هیأت علمی و مدرسان گروه آموزشی متقاضی ایجاد رشته/گرایش

ردیف	نام و نام خانوادگی	رشته تحصیلی (تخصص)	مرتبه دانشگاهی	وضعیت استخدامی	عضو پیوسته (تمام وقت) عضو وابسته استاد سرویسی استاد مدعو	چهار نیمسال تدریس شده *واحدهای میانگین
۱	محمد کشتی دار	مدیریت ورزش	دانشیار	رسمی - قطعی	عضو پیوسته (تمام وقت)	۱۹
۲	مهدی طالب پور	مدیریت ورزشی	دانشیار	رسمی - قطعی	عضو پیوسته (تمام وقت)	۱۷
۳	سید مرتضی عظیم زاده	مدیریت ورزش	استادیار	رسمی - آزمایشی	عضو پیوسته (تمام وقت)	۱۸
۴	زهرا سادات میرزازاده	مدیریت ورزش	استادیار	رسمی - آزمایشی	عضو پیوسته (تمام وقت)	۱۸
۵	فخرالسادات طباطبائیان	مدیریت ورزش	مربی ^{*۱}	رسمی - آزمایشی	عضو پیوسته (تمام وقت)	۱۲
۶	جواد غلامیان	مدیریت ورزش	بورسیه ^{*۲}	پیمانی	عضو پیوسته (تمام وقت)	۱۰

* واحدهای تدریس شده شامل: تدریس حضوری، مجازی، خارجی و معادل واحدهای پژوهشی و نمره انفرادی است.

*۱: ایشان مدرک دکتری خود را اخذ نموده و مراحل تبدیل مرتبه ایشان از مربی به استادیاری در دانشگاه طی شده و در حال صدور حکم می باشند.

*۲: ایشان بورسیه دانشگاه فردوسی مشهد می باشند و دی ماه ۹۷ از پایان نامه خود (که در حوزه بازاریابی ورزشی می باشد) دفاع کرده و به عنوان استادیار پیمانی در گروه مشغول به فعالیت خواهند شد.

۱-۳- مشخصات اعضای هیأت علمی متخصص در رشته/گرایش مورد تقاضا

ردیف	نام و نام خانوادگی	رشته تحصیلی (تخصص)	مرتبه علمی	سنوات خدمت	وضعیت استخدامی	عضو پیوسته (تمام وقت) عضو وابسته استاد مدعو	وضعیت در گروه	
							محل خدمت	موجود
۱	محمد کشتی دار	مدیریت ورزش	دانشیار	۱۵	رسمی - قطعی	تمام وقت	دانشگاه فردوسی مشهد	✓
۲	مهدی طالب پور	مدیریت ورزشی	دانشیار	۱۶	رسمی - قطعی	تمام وقت	دانشگاه فردوسی مشهد	✓
۳	سید مرتضی عظیم زاده	مدیریت ورزش	استادیار	۶	رسمی - آزمایشی	تمام وقت	دانشگاه فردوسی مشهد	✓
۴	زهرا سادات میرزازاده	مدیریت ورزش	استادیار	۶	رسمی - آزمایشی	تمام وقت	دانشگاه فردوسی مشهد	✓
۵	فخرالسادات طباطبائیان	مدیریت ورزش	مربی ^{*۱}	۱۵	رسمی - آزمایشی	تمام وقت	دانشگاه فردوسی مشهد	✓
۶	جواد غلامیان	مدیریت ورزش	بورسیه ^{*۲}	۲	بورسیه	تمام وقت	دانشگاه فردوسی مشهد	✓
۷	آذر کفاش پور	مدیریت	دانشیار	۱۵	رسمی قطعی	تمام وقت	دانشگاه فردوسی مشهد	✓

۴-۱- برآورد هزینه‌های احتمالی ایجاد رشته گرایش:

ردیف	عنوان	تعداد مورد نیاز	برآورد هزینه		توضیحات
			هر واحد	جمع	
۱	کارشناس	... نفر		-	کارشناس فعلی گروه
۲	تکنسین	... نفر		-	
۳	آزمایشگاه			-	استفاده از تجهیزات موجود در دانشکده
۴	تجهیزات آزمایشگاهی			-	استفاده از تجهیزات موجود در دانشکده
۵	کارگاه			-	استفاده از تجهیزات موجود در دانشکده
۶	تجهیزات کارگاهی			-	استفاده از تجهیزات موجود در دانشکده
۷	مواد و لوازم مصرفی			-	استفاده از تجهیزات موجود در دانشکده
۸	سایر (با ذکر عنوان)			-	-----
	مجموع هزینه‌ها:				با توجه به اینکه امکانات موجود در دانشکده پاسخگوی تمامی نیازهای آموزشی و پژوهشی این گروه می باشد، نیازی به انجام هزینه ای جدید برای اقدام ندارد.

بخش ۲: وضعیت اجتماعی رشته/گرایش مورد تقاضا [این بخش مبتنی بر مطالعات پشتیبان از طریق تکمیل پرسشنامه، انجام مصاحبه، ارائه جُستار(بهره‌گیری از موتورهای جستجو) و ... با ذکر شواهد و مستندات تکمیل شود]

وضعیت استراتژیک ورزش به عنوان مهم‌ترین دیپلماسی بین ملت‌ها این صنعت را به عنوان رکن اساسی حاکمیت در کشورهای متعدد تبدیل نموده است. بازاریابی از پیچیده‌ترین و مهم‌ترین وظایف فدراسیون‌های ورزشی است. شرکت‌ها از طریق بازاریابی محصولات خود را توسعه می‌دهند و به فروش می‌رسانند که این موضوع در برخی از رشته‌های ورزشی در داخل کشورمان مثل فوتبال، والیبال، بسکتبال، تکواندو و کشتی جا افتاده است؛ ولی جالب است که بدانید در دیگر رشته‌های ورزشی، این فدراسیون‌ها هستند که باید تلاش کنند تا نظر شرکتی را جلب کنند تا فلان شرکت در رویدادهای فدراسیون سرمایه‌گذاری کند. بازاریابی اغلب به غلط از سوی عموم مورد استفاده قرار می‌گیرد، بازاریابی ورزشی چیزی بیش از فروش کالا است، چیزی بیش از روابط اجتماعی است و چیزی بیش از تهیه آگهی و روابط عمومی است. در دنیای تجارت، هدف اصلی، کسب سود بیشتر است اما در سازمان‌های ورزشی معمولاً هدف برنده شدن و یا ایجاد علاقه به ورزش یا آن واحد ورزشی است. فلسفه‌ی بازاریابی ایجاد وضعیت برد-برد برای سازمان و مشتریان سازمان است. با توجه به وضعیت استان خراسان رضوی و موقعیت دانشگاه فردوسی مشهد در این استان، وجود گرایش بازاریابی ورزشی می‌تواند در بهبود وضعیت نیروهای انسانی و امکانات ورزشی استان خراسان رضوی و سایر استان‌ها اثر مهمی داشته باشد. گرایش بازاریابی ورزشی همانگونه که از اسمش برمی‌آید نقش مهمی در برنامه‌ریزی برای بازاریابی رویدادهای ورزشی و انجام خدمات بازاریابی ورزشی در باشگاه‌ها دارد. بوسیله گرایش بازاریابی ورزشی دانشجویان پس از فراگرفتن دانش مدیریت و کسب تجارب مدیریت، متخصصین ارزنده‌ای خواهند شد که می‌توانند نقش مهمی در اداره امور سازمان‌های ورزشی ایفا کنند. با شکل‌گیری گرایش‌ها، عملاً اساتید متعدد این حوزه نیز تلاش خواهند کرد تا در حیطه‌های تخصصی و به‌طور متمرکز به آموزش، پژوهش و اقدام مؤثر دانشگاهی روی آورند و این خود زمینه تربیت مدرس متخصص را بیش از گذشته و نسبت به گرایش عمومی فراهم می‌کند. جمهوری اسلامی ایران در حوضه‌های اقتصادی با مفاهیمی مواجه است که به هیچ عنوان تاکنون چه در عرصه نظر و چه در عرصه عمل و تجارب بشری مشابه و مابه‌ازای واقعی نداشته است بنابراین خود انقلاب اسلامی مکلف به نوآوری و ابتکار و نظریه‌پردازی و الگوسازی در این عرصه جدید اقتصادی است. با توجه به فرمایشات مقام معظم رهبری مبنی بر اینکه همه باید ابتدا بر روی اقتصاد مقاومتی و سپس بر روی تولید و اشتغال متمرکز شوند، پیامدهای مستقیم اقتصادی ورزش را نمی‌توان نادیده گرفت زیرا اقتصاد ورزشی در افق ۲۰ ساله

کشورمان در تولید ناخالص ملی نقش موثری ایجاد خواهد نمود. لذا با توجه به اهمیت بالای صنعت ورزش توسعه گرایش بازاریابی ورزشی در سراسر کشور به‌ویژه در استان‌های فاقد این گرایش اجتناب ناپذیر است. از سوی دیگر بر اساس سیاست‌های کلان دولت تدبیر و امید و در راستای تدابیر حوزه آموزشی و تحصیلات تکمیلی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مبنی بر رشد کیفی و متوازن مقاطع تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌ها در سراسر کشور برای تربیت نیروی انسانی متخصص، به‌ویژه تامین اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی، توسعه مقاطع تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌ها در علوم میان رشته‌ای امری لازم و پراهمیت به شمار می‌رود. توجه به اهمیت سیاست‌های راهبردی نسل سوم و چهارم دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی مبنی بر توسعه کارآفرینی و نیاز محور شدن رشته‌ها و گرایش‌های تحصیلات تکمیلی به سمت نیاز واقعی جامعه و توجه به اقتصاد مقاومتی، تولید داخلی در شرایط کنونی کشور امری اجتناب‌ناپذیر قلمداد می‌گردد و پر واضح است ایجاد گرایش بازاریابی ورزشی در حوزه شرق کشور در راستای اهداف و سیاست گذاری‌های کلان و آینده‌نگر وزارت علوم دارای اهمیت بسیار زیادی است.

۱-۲- وضعیت رشته/گرایش در سایر دانشگاه‌ها (در صورت وجود)

ب) موقعیت رشته/گرایش مورد تقاضا در سطح بین‌المللی

دانشگاه‌های پیشرو جهان به دنبال شکل‌گیری نسل چهارم دانشگاهی یعنی تربیت دانشجویان خلاق و نوآور هستند. در شکلی ساده از تقسیم‌بندی مراحل خلاقیت، نخستین گام «آمادگی» از دو بعد تخصصی و روانی است. بی‌شک مطالعات متمرکز زمینه را بیش از زمینه‌های عمومی برای تربیت دانشجوی خلاق و نوآور در حوزه تخصصی مربوطه آماده می‌کند. این امر از پیش‌شرط‌های مهم برای جذب فارغ‌التحصیلان به بازار کار است. بسیاری از گرایش‌های مدیریت ورزشی به‌ویژه بازاریابی ورزشی در دانشگاه‌های معتبر دنیا در حال تربیت دانشجو هستند؛ حتی برخی دانشگاه‌ها بر اساس این گرایش‌ها و تحولات پدید آمده‌اند و در جذب و به‌کارگیری اعضای علمی خود اقدام نموده‌اند (۱).

دانشگاه میامی (University of Miami)

دانشگاه میامی، دانشگاهی ایالتی واقع در ایالت فلوریدا در آمریکا می‌باشد. این دانشگاه دارای ۱۱۵ رشته در مقطع کارشناسی، ۱۱۴ رشته در مقطع ارشد و ۵۱ رشته در دکترا ارائه می‌دهد. دانشجویان این دانشگاه از ۵۰ ایالت و ۱۵۰ کشور خارجی هستند که بیش‌تر آن‌ها در خود دانشگاه در حال زندگی بوده و از امکانات رفاهی آن استفاده می‌کنند. این دانشگاه با جذب سرمایه تحقیقاتی ۳۶۴ میلیون دلار در هر سال جزو دانشگاه‌های پژوهشی به‌شمار می‌آید. تیم‌های ورزشی این دانشگاه با لقب طوفان میامی شناخته می‌شوند که تیم فوتبال آن بسیار مشهور است و دارای ۵ قهرمانی ملی است. در گزارش US News & World Report مربوط به سال ۲۰۱۵، دانشگاه میامی در زمره ۳۰ دانشگاه برتر دولتی-ایالتی آمریکا، و در بین ۷۵ دانشگاه برتر در مجموع دانشگاه‌های ایالتی و خصوصی قرار گرفت. در رتبه‌بندی آموزش مقاطع کارشناسی، دانشگاه میامی مکان دوم را پس از دانشگاه پرینستون کسب کرد. در حال حاضر دانشگاه میامی در رتبه ۱۴۸ دانشگاه‌های جهان قرار دارد.

ارشد بازاریابی ورزشی در دانشگاه میامی

- ❖ در این دانشگاه هدف کسب مدرک با درجه اعتبار قوی در صنعت ورزش می‌باشد.
- ❖ کارشناسی ارشد بازاریابی ورزشی دانشگاه میامی در برنامه مدیریت ورزش توسط دانشکده ورزشی بی‌نظیر در دانشگاه که توسط نفوذگران صنعت ورزش در نظر گرفته شده، تدریس می‌شود.
- ❖ دانشجویان در این رشته مهارت‌ها و پشتیبانی مورد نیاز برای لذت بردن از موفقیت حرفه‌ای در ورزش را دریافت خواهند کرد.
- ❖ علاوه بر این دانشگاه برنامه‌های آنلاین را جهت آموزش دانشجویان تدارک دیده که همه برنامه‌های آنلاین توسط کمیسیون کالج‌ها و دانشکده‌ها و ۲۳ آژانس اعتباربخشی حرفه‌ای مجوز می‌گیرند.
- ❖ برنامه مدیریت ورزشی آنلاین یکی از تنها برنامه‌های مدیریت ورزشی با کیفیت علمی است که توسط ورزش‌های عالی دانشگاهی و روابط عمیق ریشه‌ای با حق رای دادن به ورزش‌های برتر حمایت می‌شود. این برنامه برای افرادی است که علاقمند به ورزش هستند و می‌خواهند منافع خود را به یک حرفه‌ای موفق تبدیل کنند مفید می‌باشد. این برنامه توسط یک تیم بی‌نظیر از اعضای هیات علمی پشتیبانی می‌شود که بسیاری از آن‌ها رهبران و نفوذگران در صنعت ورزش هستند.

سایت دانشگاه میامی:

<https://welcome.miami.edu/>

دانشگاه فلوریدا که در سال ۱۸۵۳ میلادی و به عنوان یک دانشگاه دولتی در شهر گینزویل ایالت فلوریدا در ایالات متحده تاسیس شده است همواره به عنوان یکی از معتبرترین و بزرگترین دانشگاه‌های آمریکا معرفی شده است. دانشگاه فلوریدا ۵۰۱۱۶ دانشجو دارد که از این میان ۳۲۰۶۴ نفر از آن‌ها دانشجوی دوره کارشناسی و حدود ۱۸,۰۰۰ نفر دانشجویان دوره کارشناسی ارشد هستند. دانشگاه فلوریدا چهارمین دانشگاه بزرگ آمریکا است. در دسته بندی وزارت علوم ایران دانشگاه فلوریدا جزء دانشگاه‌های ممتاز دنیا است و در حال حاضر رتبه ۳۰ بهترین دانشگاه‌های جهان را به خود اختصاص داده است. دانشگاه فلوریدا ۱۶ دانشکده دارد که در بسیاری از رشته‌های مورد علاقه دانشجویان، رشته‌هایی را ارائه می‌کند. این دانشگاه همچنین بیش از ۱۵۰ مرکز پژوهشی دارد.

رشته بازاریابی ورزشی در این دانشگاه با اهداف زیر آموزش داده می‌شود

- ❖ این دوره دانشجویان را با استفاده از اصول اساسی بازاریابی ورزشی آشنا خواهد کرد.
- ❖ عملکرد این دوره تاکید بر بازاریابی رویدادهای ورزشی و عملیات است.
- ❖ دانشجویان با درک دقیق از مفاهیم بازاریابی در حال حاضر در زمینه‌های مختلف بازاریابی ورزشی فعالیت می‌کنند.
- ❖ ایجاد یک پایه برای دانشجویانی که قصد انجام تحصیلات پیشرفته و کار در بازاریابی، رفتار مصرف‌کننده و مرتبط با آن‌ها را دارند و در نظر گرفته شده است.

در پایان دوره دانشجویان باید:

- ۱- تعاریف و مفاهیم بازاریابی ورزشی را مقایسه کند.
- ۲- نظریه‌های مصرف‌کنندگان ورزشی را در تصمیم‌گیری اعمال کند.
- ۳- شناسایی اجزای برنامه بازاریابی و ارتباطات آن‌ها با یکدیگر
- ۴- ارائه راهبردهای بازاریابی ورزشی برای حل مشکلات بازاریابی
- ۵- شناسایی محصولات ورزشی جایگزین و نحوه ارتباط آن‌ها با شیوه‌های بازاریابی ورزشی فعلی

سایت دانشگاه فلوریدا:

<http://www.ufl.edu/>



دانشگاه جورج تاون (Georgetown University)

دانشگاه جورج تاون دانشگاهی کاتولیک، خصوصی و معتبر واقع در محله‌ای به همین نام در شهر واشنگتن دی‌سی در آمریکا می‌باشد. دانشگاه جورج تاون ۱۸۰ دوره تحصیلی را در ۴ دانشگاه مربوط به دوره‌های لیسانس و ۳ دانشگاه مربوط به دوره‌های فوق لیسانس و حرفه‌ای ارائه می‌دهد. دانشگاه دارای مرکز حقوق در پارلمان ایالتی واشینگتن و همچنین دانشگاه‌هایی در ایتالیا، ترکیه و قطر می‌باشد. دانشگاه جورج تاون توسط John Carroll، تأسیس شد. دانشگاه

GEORGETOWN UNIVERSITY

جورج تاون دارای ۷۰۰۰ دانشجوی دوره لیسانس و ۱۰۰۰۰ دانشجوی دوره فوق لیسانس با مذهب‌ها و نژادهای مختلف می‌باشد. دانشگاه اصلی مرکز ۱۲ گروه دانشجویی است که شامل قدیمی‌ترین گروه تئاتر و بزرگترین گروه دانشجویی بازرگانی در آمریکا می‌باشد دانشگاه جرج تاون در رشته‌های پزشکی و حقوق دارای شهرت والایست. کتابخانه حقوق این دانشگاه پنجمین کتابخانه بزرگ حقوق در ایالات متحده آمریکا می‌باشد. دانشگاه فردوسی مشهد در زمان پهلوی از نظر علمی و آکادمیک زیر نظر دانشگاه جرج تاون قرار داشت. تیم ورزشی دانشگاه جورج تون Hoyas نام دارد. تیم بسکتبال مردان در مسابقات Big East دارای رکورد می‌باشد. همچنین در ۴ مسابقه Final Four بازی کرده و در سال ۱۹۸۴ برنده مسابقات قهرمانی ملی شده است. در حال حاضر این دانشگاه رتبه ۸۱ جهانی را در اختیار دارد.

ارشد بازاریابی ورزشی در دانشگاه جرج تاون

- ❖ این رشته دانشجویان را با مدیریت کسب و کار و مهارت های رهبری مورد نیاز برای راه اندازی کسب و کار موفقیت آمیز در صنعت ورزش آشنا می کند.
- ❖ برنامه درسی دانشگاه یک مدل یادگیری عملی و کاربردی را ارائه می دهد. دانشجویان این برنامه را با درک جامع از صنعت ورزشی جهانی در زمینه هایی از جمله رهبری، کسب و کار، ارتباطات، برنامه ریزی استراتژیک، و مدیریت و اجرای پروژه فرا خواهید گرفت.

سایت دانشگاه جورج تاون:

<https://www.georgetown.edu/>

دانشگاه اوهایو (University of Northwestern Ohio)

دانشگاه اوهایو یکی از دانشگاه های معتبر ایالات متحده آمریکا بوده و مرکز اصلی آن در شهر آتن در ایالت اوهایو واقع است. دانشگاه اوهایو در سال ۱۸۰۴ تأسیس شد و قدیمی ترین دانشگاه منطقه ایالت های غرب میانه آمریکا و نهمین دانشگاه قدیمی در کل ایالات متحده آمریکا می باشد. دانشگاه اوهایو در رتبه بندی بهترین دانشگاه های آمریکا در مجلات و وبسایت های معتبر نظیر فرچون (مجله)، یواس نیوز اند ورلد ریپورت، بلومبرگ بیزنس ویک و فوربز همیشه در بین ۱۰۰ دانشگاه اول قرار داشته است. در سال تحصیلی ۲۰۱۵-۲۰۱۴ از این حیث، رتبه یک را در میان دانشگاه های آمریکا کسب کرد.

رشته بازاریابی ورزشی در دانشگاه اوهایو

- ❖ برای افرادی که ورزش را دوست دارند، مدرک تحصیلی در بازاریابی ورزشی و مدیریت ورزشی از دانشگاه اوهایو یک راه عالی برای ورود به صنعت ورزش است. این دانشگاه هر دو مدرک کارشناسی و مدرک لیسانس را ارائه می دهد که بر مهارت های مدیریت، کسب و کار و رهبری لازم برای راه اندازی یا تقویت حرفه ای کسب و کار ورزشی شما تأکید می کند.
- ❖ انتظار می رود بازار ورزشی در آمریکای شمالی تا سال ۲۰۱۹ به ۷۳٫۵ میلیارد دلار برسد؛ با چنین صنعت بزرگ، جای تعجب نیست که چشم انداز شغلی برای رشته بازاریابی ورزشی در حال رشد است.
- ❖ در حال حاضر پایگاه های داده های شغلی برجسته ورزشی نشان می دهد که نزدیک به ۸۰۰۰ کارفرما در ایالات متحده برای استخدام مشاغل که به نوعی مرتبط با ورزش هستند؛ وجود دارد.
- ❖ صنعت ورزش رقابتی است؛ و برای موفقیت، دانشجویان لازم است شبکه ها و روابط را در صنعت ایجاد کنند در حالی که آموزش و پرورش را دنبال می کنند.
- ❖ برنامه بازاریابی و مدیریت ورزشی در اوهایو می تواند فرصتی برای دانشجویان برای کسب تجربه از طریق کارآموزی در صنعت ورزش با سازمان های ورزشی محلی و ملی شود.
- ❖ دانشجویان بازاریابی ورزشی دانشگاه اوهایو یاد خواهند گرفت که با ورزشکاران در هر سطح کار کنند، ورزش در برنامه های اجتماعی را مدیریت کنند و در بخش شرکت های مرتبط با صنعت ورزش کار کنند.
- ❖ تعداد زیادی از مسیرهای شغلی موجود عبارتند از:
 - بازاریابی و فروش، حسابداری، فروش بلیط، عملیات مالی یک رویداد ورزشی یا برنامه شامل ورزش های محلی به عرصه ورزش ملی، برنامه های تبلیغاتی و حمایت مالی، مدیریت امکانات و ارتباطات رسانه ای.

سایت دانشگاه اوهایو:

<https://www.unoh.edu/>



دانشگاه لافبورو یکی از دانشگاه‌های برتر بریتانیا محسوب می‌شود که شهرت جهانی در تدریس و تحقیقات و همچنین در زمینه صنعت دارد. شهرت این دانشگاه در انواع رشته‌های ورزشی، بی‌رقیب است. بیش از ۱۷ هزار دانشجو و هیئت علمی که از صد کشور مختلف در این دانشگاه گرد هم آمده‌اند، باعث ایجاد فضایی چند ملیتی و جالب در دانشکده‌های مختلف شده است. لازم به ذکر است که فعالیت‌های عمده فارغ‌التحصیلان نامدار این دانشگاه در زمینه‌ی ورزشی است. این دانشگاه در سال ۲۰۱۵ به عنوان بهترین دانشگاه از نظر دانشجویان انتخاب شد و همچنین اغلب در میان لیست بهترین دانشگاه‌های انگلستان در انواع زمینه‌ها، وجود دارد. در حال حاضر دانشگاه لافبورو در سایت آماری QS^۱ رتبه ۲۳۴ را در میان برترین دانشگاه‌های جهان دریافت کرده.

کارشناسی ارشد بازاریابی ورزشی در دانشگاه لافبورو

- ❖ برنامه مقطع کارشناسی ارشد بازاریابی ورزشی این دانشگاه، درک قوی از اصول کلیدی بازاریابی و آخرین و بهترین عملکرد از صنعت را به دانشجویان ارائه می‌دهد به طوری که می‌توانند به عنوان یک بازاریاب در بخش‌های در حال توسعه ورزش به طور سریع گام برداشته و رقابت کنند.
- ❖ برنامه مقطع کارشناسی ارشد بازاریابی ورزشی این دانشگاه طراحی شده است تا به دانشجویان این مقطع در درک جامع از بازاریابی ورزشی کمک کند و مهارت‌های مورد نیاز برای حل چالش‌های مرتبط را در موثرترین راه ارائه دهد. از طریق آموزش دانشگاهی در سطح بین‌الملل، دانشجویان درک پیچیده‌ای از آخرین تکنیک‌های بازاریابی ورزشی و مدیریت کسب و کار خواهید داشت. با تجزیه و تحلیل دقیق و یادگیری، دانشجویان می‌توانند با چگونگی ایجاد استراتژی‌های بازاریابی ورزشی موفق با استفاده از تحقیقات بازار، تکنیک‌های بازاریابی هدفمند و دانش ارتباطات بازاریابی و همچنین مدیریت پروژه آشنا شوند.
- ❖ دانشجویان در کنار تدریس نظری بازاریابی ورزشی، تجربه عملی برنامه‌ریزی پروژه و همکاری در صنعت، از طریق مدل‌های کاربردی مانند پروژه همکاری و پروژه نوآوری طراحی، نیز تجربه خواهند کرد.
- ❖ این دانشگاه افتخار دارد که با تعدادی از رهبران ارشد لندن در ورزش (از جمله راگبی، ورزش BT، بنیاد متحد وست‌هام، ورزش انگلستان و باشگاه فوتبال چلسی) همکاری کند. الهام گرفتن از این رهبران ورزش، به دانشجو این امکان را می‌دهد تا بازاریابی را در زمینه‌های مختلف تجربه کنید و از تکنیک‌های بازاریابی موثر رهبران برتر در این زمینه بهره‌مند شوید.

چه چیزی باعث می‌شود برنامه مقطع کارشناسی ارشد بازاریابی ورزشی این دانشگاه متفاوت باشد؟

۱. درک آخرین تحولات و اکتشافات در زمینه بازاریابی ورزشی.
۲. استفاده و الهام گرفتن از رهبران خبره.
۳. کسب مدرک معتبر از دانشگاه سطح یک (world's #1 university for sport)
۴. یادگیری و استفاده از رهبران و سازمان‌ها، که چگونه از فعالیت‌های کوچک کارآفرینی به شرکت‌های چند ملیتی، تبدیل شده‌اند.

چشم انداز آینده شغلی این رشته

- ❖ کارشناسی ارشد بازاریابی ورزشی دانشجو را برای شغل در موقعیت‌های متوسط و بالای بازاریابی در مجموعه‌ای از بخش‌ها، از جمله تجاری، و سازمان‌های ورزشی بین‌المللی آماده خواهد کرد.
- ❖ شما را برای شغل حرفه‌ای بازاریابی، مانند تبلیغات و آژانس‌های تبلیغاتی آماده می‌کند.
- ❖ بازاریابی در بسیاری از سازمان‌ها و کسب و کار نقش جدایی‌ناپذیر ایفا می‌کند، به این معنی است که مهارت‌ها و تجربه‌های شما در تمام بخش‌های صنعت به شدت دنبال خواهد شد.
- ❖ فارغ‌التحصیلان اگر مایل باشند می‌توانند با تکمیل یک برنامه دکترا با موسسه کسب و کار ورزشی، دانش و فرصت‌های شغلی خود را افزایش دهند.

سایت دانشگاه لافبورو:

<https://www.lboro.ac.uk/>

برکبک، دانشگاه لندن (Birkbeck, University of London)



برکبک، یک موسسه آموزشی پژوهشی در سطح جهانی است؛ یک مرکز علمی پویا که تنها ارائه دهنده آموزش عالی شبانه برای متخصصین در لندن به شمار می‌رود. این دانشگاه ممتاز جهانی که جزء ۱۵۰ موسسه برتر است، درخواست دانشجویان فاقد مدارک معمولی را تشویق می‌کند. برک بک، به عنوان یک "دانشگاه ممتاز" جهانی شناخته می‌شود و طبق گزارشات رده‌بندی دانشگاه‌های جهان جایگاهی در میان پنج دانشگاه برگزیده آموزش عالی و رتبه ۲۰۰ دانشگاه‌های جهان سال ۲۰۱۰ را به خود اختصاص داده بود.

برنامه کارشناسی ارشد بازاریابی ورزشی در برکبک، دانشگاه لندن

- این برنامه برای کسانی است که مایل به درک خود از بازاریابی و نحوه استفاده از آن برای صنایع ورزشی هستند؛ این برنامه مجموعه‌ای از مقدمات جامع موضوعات بازاریابی عمومی ارائه می‌دهد که در مورد چگونگی اصول و فرایندهای بازاریابی در صنعت ورزش به چشم می‌خورد.
- این برنامه ایده‌آل برای نیازهای مدیران باشگاه‌های فوتبال و سازمان‌های رسانه‌ای، سازمان‌های نظارتی ورزشی و نیز افرادی است که علاقه خاصی به صنایع ورزشی، مانند فوتبال و رسانه دارند.

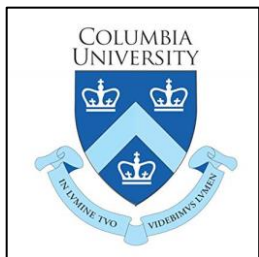
سایت دانشگاه برکبک:

<http://www.bbk.ac.uk/>

برخی از فعالیتهای دانشگاههای معتبر دنیا در حوزه بازاریابی ورزشی



در بین ۲۰ دانشگاه برتر جهان **دانشگاه پرینستون** (Princeton University) رابطه تنگاتنگی با شرکت بازاریابی ورزشی دارد، که بر اساس آن، این شرکت منحصر به فرد، برنامه‌های ورزشی دانشگاه پرینستون را مدیریت می‌کند. شرکت بازاریابی ورزشی و دانشگاه پرینستون اولین بار پنج سال پیش با هم همکاری خود را شروع کردند. تلاش‌های این شرکت حمایت از شعار "آموزش و پرورش از طریق ورزش" در دانشگاه پرینستون است.



همچنین در **دانشگاه کلمبیا** (Columbia University) که جزء ۲۰ دانشگاه برتر جهان است؛ دانشجویان ارشد مدیریت ورزشی این دانشگاه با تفکر انتقادی و مهارت حل مسئله از طریق درک عمیق از بازاریابی، امور مالی، مدیریت تسهیلات و رویدادها، قانون‌های ورزشی و اخلاق، ورزش‌های جهانی، تجزیه و تحلیل و رسانه‌های دیجیتال در ورزش آشنا می‌شوند و دانشجویان خود را برای یادگیری امور مالی، کسب و کارهای ورزشی از طریق کارهای آموزشی به عنوان وسیله‌ای برای درک دیگر جنبه‌های صنعت، به چالش می‌کشد.



دانشگاه پنسیلوانیا (University of Pennsylvania) که جزئی از ۲۰ دانشگاه برتر جهان است از آکادمی کسب و کار ورزشی با نام آن آکادمی کسب و کار ورزشی وارتون (Wharton Sports Business Academy) حمایت می‌کند. این آکادمی یک موسسه تابستانی است که فرصتی برای جوانان و نوجوانان با استعداد فراهم

می‌کند که به مطالعه رهبری کسب و کار در ورزش بپردازند. در این آکادمی دانشجویان با رهبران کسب و کار ورزشی ملاقات کرده و درباره بازاریابی ورزشی و رسانه‌ها در ورزش به کارآموزی می‌پردازد. دانشجویان از بعضی از مهم‌ترین امکانات منطقه بازدید می‌کنند و در نهایت به طور فزاینده‌ای به رهبری و مدیریت از تجارت ورزشی دست می‌یابند. دانشجویان WSBA از طریق فعالیتهای تحصیلی و برنامه درسی، این فرصت را دارند تا توانایی خود را به عنوان رهبران کسب و کار آینده ورزشی امتحان کنند.

مدرسه بین المللی تابستانی مدیریت بازاریابی ورزشی

این مدرسه با همکاری باشگاه آسی میلان و دانشگاه کافوسکاری و نیز همه ساله دوره‌های بازاریابی ورزشی را برای مدیران باشگاه‌های حرفه‌ای و علاقمندان به حوزه بازاریابی ورزشی می‌گذارد. این مدرسه مقیاسی بین المللی دارد و به عنوان یک نمونه از کسب و کارهای حوزه خدمات بازاریابی ورزشی به شمار می‌رود.

وبسایت:

<http://www.sportmarketingsummerschool.com/>

ج) جایگاه رشته/گرایش در ساختار دانشگاه‌های سطح یک داخل

دانشگاه‌های سطح یک کشور جهت تخصصی شدن بیش‌تر در رشته مدیریت ورزشی اقدام به گرفتن دانشجو مقطع کارشناسی ارشد در گرایش بازاریابی ورزشی کرده‌اند. که از جمله این دانشگاه‌ها می‌توان به دانشگاه تربیت مدرس، دانشگاه تهران، دانشگاه شهید بهشتی و دانشگاه تبریز اشاره کرد.

۱- دانشگاه تربیت مدرس:

در این دانشگاه گرایش بازاریابی ورزشی در مقطع کارشناسی ارشد در دانشکده علوم انسانی، گروه تربت بدنی ارائه می‌شود و دروس زیر به دانشجویان (که سالیانه ۷ نفر پذیرش دارد) این گرایش تدریس می‌شود:



عنوان رشته	کارشناسی ارشد بازاریابی ورزشی
ردیف	عناوین دروس
۱	اصول و مبانی بازاریابی ورزشی
۲	برنامه‌ریزی راهبردی در بازاریابی ورزشی
۴	مدیریت بازاریابی جهانی
۵	سمینار در بازاریابی ورزشی
۶	نظریه‌های سازمان و مدیریت
۷	کارورزی در بازاریابی ورزشی
۸	مدیریت برند و بلیط فروشی در سازمان های ورزشی
۹	اخلاقی در ورزش
۱۰	مدیریت روابط عمومی و بین الملل در ورزش
۱۱	مدیریت رفتار سازمانی
۱۲	اصول، مبانی و فلسفه تربیت بدنی
۱۳	نقش حمایت مالی در بازاریابی ورزشی
۱۴	مدیریت بازاریابی در سازمان‌های ورزشی المپیک

<http://www.modares.ac.ir/hum/departments/physical-education/courses>



در این دانشگاه گرایش بازاریابی ورزشی در مقطع کارشناسی ارشد در دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، گروه مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی ارائه شده و دروس زیر برای دانشجویان (که سالیانه ۲۱ نفر پذیرش دارد) این گرایش تدریس می‌شود:

نیمسال اول تحصیلی				
ردیف	عنوان درس	تعداد واحد درس		نوع درس
		نظری	عملی	
۱	روش تحقیق در مدیریت ورزشی	۲		پایه
۲	تحلیل آماری و کاربرد نرم افزارهای آماری در ورزش	۲		پایه
۳	اصول و مبانی مدیریت	۲		پایه
۴	زبان تخصصی	۲		جبرانی
۵	کاربرد رایانه در ورزش	۲		جبرانی
نیمسال دوم تحصیلی				
ردیف	عنوان درس	تعداد واحد درس		نوع درس
		نظری	عملی	
۱	اصول و مبانی بازاریابی ورزشی	۲		تخصصی
۲	مدیریت بازاریابی جهانی	۲		تخصصی
۳	اصول و مبانی و فلسفه تربیت بدنی	۲		انتخابی
۴	برنامه ریزی استراتژیک در بازاریابی ورزشی	۲		تخصصی
۵	نظریه های سازمان و مدیریت	۲		تخصصی
نیمسال سوم تحصیلی				
ردیف	عنوان درس	تعداد واحد درس		نوع درس
		نظری	عملی	
۱	سمینار در بازاریابی ورزشی	۲		تخصصی
۲	کارورزی در بازاریابی ورزشی	۱	۱	تخصصی
۳	مدیریت رفتار سازمانی	۲		انتخابی
۴	مدیریت نشان (برند) و بلیط فروشی در سازمان های ورزشی	۲		تخصصی
۵	مدیریت روابط عمومی و بین المللی در ورزش	۲		انتخابی
نیمسال چهارم تحصیلی				
ردیف	عنوان درس	تعداد واحد درس		نوع درس
		نظری	عملی	
۱	پایان نامه		۶	-



گروه مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی و تندرستی دانشگاه شهید بهشتی با هدف تربیت مدیران متخصص و کارآمد برای حوزه‌های مختلف صنعت ورزش در سال ۱۳۹۰ با پذیرش ۵ دانشجو در مقطع کارشناسی ارشد با گرایش مدیریت بازاریابی در ورزش کار خود را آغاز نمود و اکنون هر ساله ۹ نفر پذیرش دارد. گروه مدیریت ورزشی دانشکده علوم ورزشی و تندرستی دانشگاه شهید بهشتی در تلاش است با ایجاد محیطی تلفیقی از علم مدیریت ورزش و تجربه‌های عینی برای دانشجویان، ضمن تربیت فارغ التحصیلان کارآمد و کارآفرین برای صنعت ورزش به همراه تولیدات برجسته علمی و پژوهشی خود، در راهبری و مدیریت ورزش در سطح ملی و بین‌المللی نقش آفرینی کند.

<https://www.sbu.ac.ir/Cols/sport/Pages.aspx> . گروه-مدیریت-ورزشی-و-سازمانده

۴- دانشگاه تبریز



در این دانشگاه گرایش بازاریابی ورزشی در مقطع کارشناسی ارشد در دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، گروه مدیریت ورزشی ارائه شده و دروس زیر برای دانشجویان (که سالیانه ۷ نفر پذیرش دارد) این گرایش تدریس می‌شود:

دروس تخصصی:	دروس انتخابی:
اصول و مبانی بازاریابی ورزشی	اخلاق در ورزش
برنامه‌ریزی استراتژیک در بازاریابی ورزشی	مدیریت روابط عمومی و بین‌المللی در ورزش
مدیریت بازاریابی جهانی	مدیریت رفتار سازمانی
سمینار در بازاریابی ورزشی	اصول، مبانی و فلسفه تربیت بدنی
نظریه‌های سازمان و مدیریت	نقش حمایت‌کنندگان و شرکادر بازاریابی
کارورزی در بازاریابی ورزشی	مدیریت بازاریابی در سازمان‌های ورزشی
مدیریت نشان (برند) و بلیط‌فروشی در سازمان‌های ورزشی	

رتبه	مهارت ها ، قابلیت ها و توانائی های دانشجویان و دانش آموختگان رشته گرایش	
	مهارت های کسب شده	سازمان های متقاضی جذب
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ تدریس در کارگاه های آموزشی ویژه مدیران ورزشی، کارشناسان و فعالان جامعه ورزش کشور ✓ پژوهش های عملیاتی در بازاریابی ورزشی ✓ تدوین استراتژی های بازاریابی ورزشی ✓ تحقیقات بازار تخصصی ✓ اجرای برنامه های عملیات تجاری در محیط ورزشی ✓ آشنایی با فنون روز بازاریابی ورزشی ✓ توانایی تلفیق دانش بازاریابی با جدیدترین تکنولوژی ها و ارائه روش های عملی کسب درآمد در سازمان های ورزشی ✓ طراحی و ارائه طرح های تجاری ✓ روش های مدیریت حمایت مالی در ورزش ✓ برند سازی و مدیریت برند ✓ جذب منابع جدید مالی ✓ طراحی تبلیغات ورزشی هدفمند ✓ کارآفرینی ✓ فروش سیستماتیک محصولات حوزه خدمات ✓ بکارگیری نرم افزارهای CRM و XRM ✓ تخصص تبلیغات در رسانه های اجتماعی ✓ مهارت های ارتباطی 	<ul style="list-style-type: none"> • فدراسیون های ورزشی • هیات های ورزشی استان • باشگاه های ورزشی سطح شهر • سازمان های ورزشی دولتی • سازمان های ورزشی خصوصی • اداره کل تربیت بدنی استان • اداره کل تربیت بدنی شهرستان • ادارات تربیت بدنی شهرداری ها • ادارات تربیت بدنی آموزش و پرورش • مجموعه های ورزشی نهادهای مختلف در سطح استان • مجموعه های ورزشی بخش خصوصی در سطح استان
	موارد کارآفرینی	<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد کمیته های تخصصی بازاریابی در فدراسیون ها، هیات ها و باشگاه های ورزشی - ایجاد بنگاه های تخصصی حمایت مالی - ایجاد و راه اندازی بنگاه های کوچک تا متوسط خدماتی در زمینه های ورزشی - ارائه مشاوره ی بازاریابی ورزشی به سازمان - ارائه مشاوره در طراحی به روز اماکن مجموعه های ورزشی بر اساس ویژگی های تجاری و درآمدزایی حداکثری - تجزیه و تحلیل محیط بازاریابی و فروش داده و اطلاعات های ورزشی - ایجاد بنگاه های بانک ایده و کسب و کارهای ورزشی - آموزش کارشناسان سازمان ها و ادارات دولتی و خصوصی در کسب مهارت های بازاریابی - ایجاد بنگاه های واسط اسپانسرشیپ

<p style="text-align: center;">- قابلیت پذیرش دانشجوی بین الملل / پردیس</p> <p>با عنایت به استقبال دانشجویان بین الملل به گرایش برنامه ریزی راهبردی در ورزش و در نظر گرفتن جذابیت گرایش درخواستی (بازاریابی ورزشی) پیش بینی استقبال از این گرایش از سوی متقاضیان می رود. هم اکنون استقبال از این رشته در دانشگاه های غیرانتفاعی و آزاد سراسر کشور بسیار خوب بوده و اغلب دانشگاه های دارای ارشد تربیت بدنی اقدام به جذب تعداد بالای دانشجو در گرایش بازاریابی ورزشی داشته اند.</p> <p style="text-align: center;">- قابلیت پذیرش دانشجوی پژوهش محور</p> <p>در صورت تقاضای دانشجویان در این رویکرد این گرایش قابلیت ارائه خدمات پژوهش محور را دارد. هم اکنون تعداد زیادی از کارمندان دستگاه های اداری به دنبال کسب مهارت های ارائه شده در گرایش مدیریت بازاریابی برای نهادینه نمودن در سازمان های خود هستند که قطعاً می توانند در پی این هدف با شیوه پژوهش محور به اهداف خود دستیابند.</p> <ul style="list-style-type: none"> • قابلیت جذب طرح های برون دانشگاهی (ارگان ها یا مؤسسات متقاضی را نام ببرید) <p>با توجه به کاربردی بودن این گرایش در بازار صنعت ورزش پیش بینی جذب منابع از قبل طرح های برون دانشگاهی می رود. هم اکنون تعدادی طرح در این راستا در دست اقدام در سازمان های مختلف می باشد. برای مثال طرح جامع بازاریابی موسسه تربیت بدنی آستان قدس که در دست اقدام می باشد.</p>
--

این رشته کدام مشکل (معضل) جامعه / منطقه را برطرف می‌نماید.

- با توجه به سیاست‌های راهبردی دولت و وزارت علوم در خصوص قربت رشته‌های تحصیلی دانشگاه‌ها با نیاز جامعه و بحث اقتصاد مقاومتی و نیز حمایت از کالاهای ایرانی گرایش مدیریت بازاریابی ورزشی که در حوزه صنعت ورزش قرار می‌گیرد؛ پیش از پیش در نزد برنامه‌ریزان از اولویت بسزایی برخوردار شده است؛ لذا اهمیت پرورش و تربیت نیروی انسانی کارآمد و خلاق، نوآور و کارآفرین در دستور کار این گرایش قرار می‌گیرد و پاسخ به نیازهای شغلی در جهت کارآفرینی و ایجاد بنگاه‌های کسب و کار از اهداف پیش روی مدیریت بازاریابی ورزشی است.
- وضعیت فعلی تربیت بدنی و ورزش در استان خراسان رضوی و نیاز این استان به خدمات همه جانبه علمی و تخصصی در زمینه گرایش مدیریت بازاریابی ورزشی، استفاده از پتانسیل دانشگاه برای کمک به ارتقاء نیروهای انسانی و تولید ثروت را اجتناب ناپذیر می‌سازد.
- تقاضای بالای فارغ التحصیلان کارشناسی تربیت بدنی دانشگاه‌های شمال شرق کشور برای ادامه تحصیل در این گرایش در دانشگاه جامع فردوسی مشهد اهمیت راه اندازی را دوچندان می‌نماید.
- جاذبه‌های استان خراسان رضوی به ویژه شهر مشهد مقدس به عنوان پایتخت معنوی ایران بسترساز پیشبرد حوزه‌های علمی فراوانی در حیطه صنعت ورزش و حوزه گردشگری گردیده است؛ از جمله این حیطه‌ها می‌توان به گردشگری ورزشی، کارآفرینی، برند سازی، فعالیت‌های تفریحی - ورزشی و غیره اشاره نمود که تماما در حوزه مدیریت بازاریابی ورزشی قابلیت اجرا دارند.
- شهرداری‌ها یکی از ارکان اصلی مدیریت شهری هستند که در شرایط حاضر با کاهش شدید منابع مواجه هستند. بازاریابی ورزشی - شهری به دنبال برآورده‌سازی نیازهای چهار دسته اصلی مشتریان در مواجهه با منابع رو به کاهش شهرداری می‌باشد، این مشتریان عبارتند از ۱: افراد مقیم، ۲: بازدید کنندگان، ۳: سرمایه‌گذاران و ۴: شرکت‌ها. اهداف بازاریابی ورزشی شهری برای شهرداری‌ها عبارتند از: ارتباط با صنعت و تسهیلات اداری، توسعه ظرفیت‌های درآمدی در سطح خرده فروشی، جذب گردشگر، ایجاد محلی برای میزبانی رویدادهای ورزشی و تفریحی بین‌المللی، جذب ساکنان جدید و

• موارد استفاده تولیدات علمی رشته مورد تقاضا (واضح و مختصر بیان شود)

امروزه تمام سازمان‌های ورزشی در فشار کسب درآمد و افزایش درآمدهای خود در جهت رقابت و حضور موثر در میدانی هستند. از این رو دستاوردهای گرایش بازاریابی ورزشی به طور مستقیم به تمام ارکان ورزش شامل فدراسیون‌های ورزشی، هیات‌های وابسته، ادارات و سازمان‌های ورزشی دولتی و خصوصی، باشگاه‌های ورزشی و غیره در زمینه‌های مختلف مربوط به فروش خدمات، ارتباط با مشتریان، تبلیغات موثر، جذب درآمد، برندسازی سازمان و ورزشکاران، روش‌های صحت‌گذاری و ... کمک خواهد نمود.

امروزه نه تنها سازمان‌های متولی گردشگری ورزشی بلکه سازمان‌هایی مانند شهرداری که به دنبال برگزاری ورزش‌های همگانی هستند در پی افزایش فعالیت‌های بازاریابی خود به منظور کسب درآمد بیشتر و افزایش راندمان و بهره‌وری اماکن وابسته هستند.

• نگرش و علاقه‌مندی در جامعه نسبت به رشته/گرایش

با عنایت به کاربردی بودن این گرایش در بازار ورزش نگرش دانشجویان به آن مثبت بوده و از این رو علاقه خود به ادامه تحصیل در این گرایش را دارند؛ همچنین، از آن جا که این گرایش ارتباط نزدیکی با صنعت ورزش با هدف رونق بخشی آن دارد، افراد شاغل در صنعت ورزش تمایل بیشتری به ادامه تحصیل در این گرایش و نیز به کار گیری خدمات و یافته‌های علمی آن می‌باشند.

- قابلیت برگزاری دوره مشترک با دانشگاه های خارج از کشور
- با توجه به توانمندی های اساتید گروه که در رزومه آنان ذکر گردیده، با توجه به مشارکت فراوان اساتید گروه در مجامع بین المللی و عضویت در سازمان های علمی و ورزشی بین المللی مرتبط با علوم ورزشی همکاری های مختلفی در گذشته انجام شده که قطعاً با وجود اساتید توانمند گروه این قابلیت به راحتی به مرحله اجرا می رسد.
- **قابلیت جذب اساتید خارجی**
- هم اکنون چاپ مقالات با اساتید دانشگاه های معتبر خارجی صورت گرفته و ارتباطات قابل قبولی با اساتید برجسته و به نام این گرایش در سطح بین المللی وجود دارد. بیش از ۱۵ همکاری علمی با اساتید به نام بازاریابی ورزشی از جمله پرفسور پیتز استاد دانشگاه جورجیا که منجر به چاپ چندین مقاله علمی و حضور ایشان به عنوان مشاور رساله دکتری گردید. همکاری با دکتر تد دنتوان استاد دپارتمان بازاریابی دانشگاه کلورادو به عنوان مشاور رساله دکتری و چاپ مقاله و ... نشان از توانمندی های اساتید گروه برای همکاری و جذب اساتید خارجی در زمینه گرایش مورد نظر دارند.
- **قابلیت همکاری با دانشمندان ایرانی مقیم خارج از کشور**
- دائر نمودن دبیرخانه دائمی برند در ورزش در دانشکده علوم ورزشی این فرصت را به وجود آورده است که در آینده بتوان ارتباطات علمی خوبی با اساتید ایرانی برقرار گردد.
- تلاش هایی در این زمینه صورت گرفته که منتظر پاسخ اساتید ایرانی مقیم خارج جهت شروع زمینه های همکاری هستیم

- **قابلیت انتشار مقالات علمی پژوهشی در مجلات و نشریات معتبر علمی داخلی و خارجی که مطالب مرتبط با رشته گرایش را چاپ و منتشر می نمایند (با ذکر موارد)**
- هم اکنون رویکردهای اساتید گروه کاملاً به سمت این گرایش معطوف بوده و با کار بر حوزه های نوین در بازاریابی ورزشی کاملاً در راستای فرامی حرکت می کنند.
- با توجه به اینکه رویکرد **نورومارکتینگ** (که از سال ۲۰۰۲ ادبیات علمی آن در دنیا رایج شده است) در گروه مورد توجه واقع شده است که در همین راستا، یک رساله دکتری و یک پایان نامه ارشد در حوزه نورومارکتینگ در شرف دفاع هستند و سه رساله دکتری و یک پایان نامه ارشد نیز در همین زمینه تعریف شده است؛ علاوه بر این، گروه، در حال تعریف فعالیت های پژوهشی در زمینه **هورمونال مارکتینگ** نیز می باشد، از این رو، با شناختی که از فعالیت های پژوهشی در حوزه بازاریابی ورزشی وجود دارد با اطمینان می توان گفت که گروه مدیریت ورزشی در دانشگاه فردوسی جزء تیم های پیشرو در حوزه های نوین تحقیقات بازاریابی ورزشی در کشور بوده و خواهد بود.
- چاپ مقالات علمی اساتید گروه در نشریات معتبر خارجی مرتبط با موضوع، ترجمه و تالیف کتب و طرح های مرتبط با بازاریابی ورزشی نوید سرعت گرفتن این انتشارات با ایجاد گرایش بازاریابی خواهد داشت.

در صورت ایجاد رشته /گرایش مورد نظر، کدامیک از رشته /گرایش‌های گروه آموزشی ادغام و یا حذف می‌گردد؟

این گروه در حال حاضر گرایش برنامه‌ریزی راهبردی در ورزش را دارا می‌باشد؛ با عنایت به اینکه این گرایش به عنوان یک گرایش زیربنایی برای رشته مدیریت ورزش محسوب می‌شود داشتن آن برای هر گروه، دانشکده و دانشگاه به عنوان یک اعتبار محسوب می‌گردد؛ این در حالی است که گرایش بازاریابی ورزشی و مدیریت راهبردی ارتباط فراوانی به یک دیگر دارند و به نوعی پوشش دهنده یکدیگر می‌باشند، به گونه‌ای که این دو گرایش لازم و ملزوم یکدیگر می‌باشند. بنابراین، با وجود هر دو گرایش در آینده‌ای نزدیک می‌توان شاهد رشد گروه خواهیم بود.

❖ سایر پتانسیل‌های گروه که می‌تواند در جهت توسعه گرایش مدیریت بازاریابی ورزشی به دانشکده کمک نماید.

- دبیرخانه دائمی برند در ورزش و برگزاری همایش‌های مداوم در حوزه برند در ورزش. (که دومین همایش برند در ورزش، در سال ۱۳۹۸ برگزار خواهد شد)
- انجمن علمی مدیریت ورزشی ایران، شاخه خراسان
- انجمن علمی دانشجویی مدیریت ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد

برخی از منابع

- ۱- آزادی، عباس، شریف‌زاده، اصغر. "اهمیت اقتصاد مقاومتی برای جمهوری اسلامی ایران و ارتباط آن با اقتصاد اسلامی: ابعاد و راهبردها" (۱۳۹۵). دومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری. مازندران -بابل - موسسه علمی تحقیقاتی کومه علم آوران دانش.
- 2- <https://www.isna.ir/news/96052313810/تجمیع-گرایش-های-مدیریت-ورزشی-موجب-بازگشت-به-گذشته-است>
- 3- <https://goprincetontigers.com/news/2010/10/25/205018159.aspx>
- 4- <http://sps.columbia.edu/sports-management>
- 5- <https://wsb.wharton.upenn.edu/students/wharton-sports-business-academy/>
- 6- <https://donya-e-eqtasad.com/بخش-ورزش-۲۷/۵۴۸۲۷۱-نقش-بازاریابی-مارکتینگ-در-ورزش>
- 7- <https://www.chetor.com/66464/بازاریابی-ورزشی-چیست->
- 8- [http://3gaam.com/field/content/1401/معرفی-گرایشهای-کارشناسی-ارشد-تربیت-بدنی-و-علوم-ورزشی-](http://3gaam.com/field/content/1401/معرفی-گرایشهای-کارشناسی-ارشد-تربیت-بدنی-و-علوم-ورزشی/)
- 9- <http://www.leader.ir/fa/content/17768/leader.ir>
- 10- <https://www.isna.ir/news/96052313810/تجمیع-گرایش-های-مدیریت-ورزشی-موجب-بازگشت-به-گذشته-است>
- 11- <https://realmadrid.universidadeuropea.es/en/programs/master-s-degree-in-sports-marketing#overview>
- 12- http://www.bbk.ac.uk/study/2019/postgraduate/programmes/TMSSPRMK_C
- 13- <https://www.lboro.ac.uk/study/postgraduate/masters-degrees/a-z/sport-marketing/>
- 14- <http://www.sportmarketingsummerschool.com/>