

عنوان مقاله:

طراحی و تدوین برنامه بازاریابی ورزشی شنا براساس مدل SWOT

محل انتشار:

ششمین همایش بین المللی مطالعات ورزشی و سلامت در جهان اسلام (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

مهدی بابایی - دکتری گروه مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

حامد رضاخانی طالقانی - دانشجوی دکتری گروه مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

نرجس سریار - کارشناس ارشد گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر، طراحی و تدوین برنامه بازاریابی ورزشی شنا براساس مدل SWOT بود. این تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است. در بخش نظرسنجی، 70 نفر از رؤسای هیات های شنای استانی، نواب رییس، دبیر، نایب رییس بانوان، و یکی از مدیران اجرایی به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری داده ها، به بررسی اسناد و مدارک، مطالعه ادبیات پیشینه تحقیق، پرداخته شد و از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. که شامل 83 سوال (قوتها 9 سوال، ضعف ها 27 سوال، فرصت ها 23 سوال، تهدید ها 24 سوال) براساس مقیاس لیکرت بود. یافته های پژوهش نشان داد که براساس ماتریس عوامل داخلی و خارجی برنامه بازاریابی استراتژیک یک در قسمت WT قرار گرفته است. تدوین برنامه راهبردی و انتخاب راهبردهای مناسب به منظور استفاده از قوت ها و فرصت ها و برطرف ساختن ضعف ها و تهدیدها در ورزش قهرمانی شنا پیشنهاد می شود.

کلمات کلیدی:

بازاریابی استراتژیک، SWOT، شنا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1181315>

