

تدوین برنامه استراتژی بازاریابی ورزش دانشجویی اداره کل تربیت بدنی دانشگاه پیام نور با استفاده از مدل SPP

۱. عبدالمهدی نصیرزاده، ۲. لیلا سلطانیان^{*}، ۳. ابوالفضل فراهانی

^۱. کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی دانشگاه پیام نور تهران جنوب، تهران، ایران

^۲. استادیار دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران

^۳. استاد دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران

چکیده

هدف تحقیق حاضر، تدوین برنامه استراتژیک بازاریابی ورزش دانشجویی اداره کل تربیت بدنی دانشگاه پیام نور بر اساس مدل SPP بود. روش تحقیق، از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق، شامل: مدیرکل، معاون، اعضای هیئت علمی رشته تربیت بدنی فعال در زمینه تدوین برنامه استراتژی و کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه پیام نور استان‌های کشور که جمعاً برابر با ۵۰ نفر بوده است. نمونه آماری در این تحقیق کل شمار و برابر جامعه آماری انتخاب گردید. پرسشنامه ای محقق ساخته با مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت و با تعداد ۵۵ سؤال طراحی و روایی آن توسط متخصصان و استادان تأیید و پایایی آن نیز با روش آلفای کرونباخ (۰.۹۱) به دست آمد. در این پژوهش از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده گردید. نتایج نشان داد که اداره کل تربیت بدنی دانشگاه پیام نور از لحاظ موقعیت استراتژیک در منطقه WT قرار دارد که باید از استراتژی رشد و توسعه استفاده نماید. با توجه به یافته‌های تحقیق و بررسی منابع موجود برنامه‌های عملیاتی متناظر با هر یک از راهبردهای اداره کل تربیت بدنی تدوین گردید. و پیشنهاد می‌شود که اداره کل با استفاده از استراتژی‌های ویژه خود در جهت سرمایه‌گذاری و درآمدزایی در جهت ورزش دانشجویی گام بردارد.

واژه‌های کلیدی: اداره ؛ استراتژیک؛ بازاریابی؛ ورزش دانشجویی؛ SPP