

راهنمای نویسندگان

بسمه تعالی

مطالعات بازاریابی ورزشی نشریه‌ای در حوزه بازاریابی ورزشی و اسپانسرشیپ است که سالانه چهار شماره از آن منتشر می‌شود و شرایط پذیرش مقاله در آن به شرح ذیل است:

۱- ویژگی‌های کلی مقاله

- مقاله باید نتیجه تحقیقات نویسنده (نویسندگان) باشد.
- مقاله نباید در نشریه دیگری منتشر شده باشد و تا اتمام دوری نیز نباید به مجله دیگری فرستاده شود.
- چاپ مقاله منوط به تأیید نهایی هیئت تحریریه است.
- پذیرش مقاله برای چاپ، پس از تأیید هیئت داوران به آگاهی نویسنده خواهد رسید.
- مسئولیت مطالب و محتوای مقاله بر عهده نویسنده است.
- ویراستار مجله در ویرایش ادبی و فنی مقاله بدون تغییر محتوای آن آزاد است.
- حجم مقاله به هیچ وجه نباید بیش از سی صفحه شود.
- نام کامل نویسنده، مرتبه علمی، دانشگاه محل تدریس یا تحصیل، رشته تحصیلی، رایانامه، شماره تلفن نویسنده در صفحه جداگانه‌ای ضمیمه شود.
- ارسال مقاله تنها از طریق سامانه مجله تدریس در سامانه نشریات دانشگاه کردستان به نشانی <http://gmsmr.uok.ac.ir> امکان پذیر است (برای این کار ابتدا باید در سامانه ثبت نام کنید).

۲- اجزای مقاله

- عنوان: نام کلی مقاله که گویا و بیانگر محتوای مقاله باشد.
- مشخصات نویسنده: شامل نام و نام خانوادگی نویسنده، مرتبه علمی، رشته تحصیلی، دانشگاه محل تدریس یا تحصیل.
- چکیده: شرح جامعی از مقاله با واژه‌های محدود (۲۰۰ واژه یا ده سطر) شامل تصویری کلی از بیان مسئله، هدف، روش تحقیق و یافته‌ها.
- واژه‌های کلیدی: شامل پنج تا هفت واژه تخصصی که اهمیت آن‌ها در مقاله بیش از سایر واژه‌هاست.
- مقدمه: شامل هدف و ذکر پیشینه پژوهشی مقاله (به اجمال).
- پیکره اصلی: شامل متن اصلی مقاله، مبانی نظری، روش شناسی، تجزیه و تحلیل داده‌ها، یافته‌ها، بحث و نتیجه‌گیری.
- پی‌نوشت: در صورت وجود توضیحات ضروری در پایین هر صفحه می‌آید.
- منابع: فهرست نویسی ارجاعات مقاله بر مبنای شیوه‌نامه مجله.
- چکیده انگلیسی: با قلم Times New Roman با اندازه ۱۱ (تا ۱۰۰۰ واژه).

۳- شیوه تنظیم متن

عنوان مقاله (B Titr ۱۴)

چکیده (۱۲ B Zar)

در چکیده عنوان مجدداً تکرار نشود.

((در چکیده باید به نوع روش، اجزای روش شناسی، مهم ترین نتایج اشاره شود. کل مطالب چکیده باید در یک پاراگراف آورده شود. افعال پژوهشی به صورت گذشته آورده شود. حداکثر تعداد کلمات چکیده ۲۰۰ کلمه باشد)). برای نمونه:

روش پژوهش، توصیفی - همبستگی با تاکید بر معادلات ساختاری بود. جامعه آماری پژوهش را کلیه تماشاگران ورزشگاه آزادی تهران (۶۰۰۰۰ نفر) تشکیل می‌دادند. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و تعداد ۳۸۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند که گزینش آن‌ها با استفاده از روش طبقه ای متناسب صورت گرفت. جمع آوری داده ها براساس سه پرسشنامه حضور مجدد، وفاداری و تمایل به خرید صورت گرفت که ضریب آلفای کرونباخ آن‌ها به ترتیب ۰/۸۷، ۰/۹۲ و ۰/۸۸ به دست آمد و روایی صوری و محتوایی آن‌ها با استفاده از نظر متخصصان تایید شد. تجزیه و تحلیل داده ها به کمک دو نرم افزار SPSS و LISREL صورت پذیرفت. نتایج پژوهش: به صورت خلاصه ذکر شود. نیازی به تعداد نیست.

کلید واژه ها: حضور مجدد، وفاداری و تمایل به خرید، اسپانسرشیپ، رضایت‌مندی

مشخصات نویسندگان (به صورت کامل و دقیق به مانند زیر هم در مقاله و هم در داخل سایت و در بخش سمت، ذکر شود، این مشخصات پس از پذیرش مقاله به هیچ عنوان دیگر اصلاح نخواهد شد)

فارسی

۱. استاد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

* نویسنده مسئول: ایمیل نویسنده مسئول Email:

لاتین

۱. Professor of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

۲. PhD Student in Sports Management, Faculty of Social Sciences, Kurdistan University, Sanandaj, Iran

مقدمه (۱۲,۵ B Zar)

((مقدمه بایستی شامل بیان مساله تحقیق، اهمیت و ضرورت انجام پژوهش پیرامون متغیرهای اصلی مورد تحقیق باشد. حداقل ۲ و حداکثر ۳ صفحه مطلب بایستی در این ارتباط نوشته شود. در استناد به گفته ها و نوشته های دیگران حتما بایستی رعایت امانت صورت گیرد و طبق فرمت مجله و سبک APA ماخذنویسی درون متن و پایانی نوشته شود. حتما لازم است به مقالات مشابه چاپ شده در شماره های قبلی فصلنامه رجوع شود و ضمن استفاده از آنها به فصلنامه پژوهش های حامی گری، مدیریت و بازاریابی ورزشی استناد شود. حداقل انتظار می رود در دو یا سه منبع از منابع پایانی نام و مشخصات فصلنامه وجود داشته باشد. در مقالات مروری لازم هست حداقل ۲۰ درصد منابع درون متن و پایانی از آثار و تالیفات سابق نویسنده و صاحب اثر باشد. مقالات دانشجویان دکتری در رشته های علوم ورزشی گرایش مدیریت ورزشی و مقالات مستخرج از طرح های تحقیقاتی اساتید و پژوهشگران که نظام های ورزشی را مخاطب قرار داده اند در اولویت بررسی می باشد. از نظر فونت و قلم فارسی و انگلیسی و حواشی صفحه و... دقیقاً همین فایل مد نظر قرار گیرد و مطالب مقاله در همین فایل کپی و ذخیره شود. حداکثر تعداد صفحات مقاله ۳۰ صفحه باید باشد. در پاراگراف های زیر نمونه ای از ماخذنویسی و... می تواند مورد ملاحظه قرار گیرد))

در مواردی که ارجاع مستقیم به فردی می دهید یا از زبان شخصی مبحثی را نقل میکنید فقط سال درون پرانتز قرار داده شود و فامیلی شخص در سمت چپ سال ذکر شود.

(Wang (2008

(فونت Times New Roman)

وفاداری [1] مشتریان، کلید موفقیت تجاری محسوب می‌شود. در نتیجه مطالعه و بررسی روابط بین برند و مصرف کننده هدف نهایی برای بسیاری از شرکت ها است (Gadot, 2017). بزرگترین و مهمترین هدف اصلی تعدادی از شرکت های فعال بازاریابی وفاداری مشتریان به تولید است (Wang, Shan, Lee, Kotler, and Keller, 2019). در دنیای امروز که شاهد تغییر و تحولات شگرف در زمینه های مختلف بازار هستیم، محیط، با تلاطم و عدم اطمینان زیادی مواجه است (Wang and et al, 2019). رقابت، شدت زیادی پیدا کرده، چرخه عمر کسب و کارها و محصولات کوتاه تر شده (Hadavi, 2015) و سازمان ها با چالش ها و تحولات زیادی روبرو شده اند که ساختارهای سنتی و ویژگی های سلسله مراتبی و انعطاف ناپذیر، توانایی پاسخگویی به این مسائل را ندارند؛ بنابراین مدیران ورزشی به دنبال راهکارهایی هستند که بتوانند از پتانسیل های بالقوه پیرامونشان به بهترین شکل بهره ببرند و در سایه آن به اهداف ورزشی _ اقتصادی خود دست یابند. (Karimiani and Saffari, 2007). و این خود باعث حضور مجدد هواداران در بازی های بعدی خواهد شد (Alipour, 2019 and Demers, 2020) و یک نوع وفاداری را در آنها به وجود می آورد.

پیشینه پژوهشی {این بخش نیز در مقدمه آورده می شود و در بخش جداگانه ای نیست}

((لازم است محقق به ۳ تا ۵ پژوهش خارجی و داخلی مرتبط با تحقیق خود که از آنها در قسمت بحث و نتیجه گیری استفاده می کند اشاره نماید. در گزارش پیشینه لازم است نام محقق و سال انجام تحقیق و عنوان یا هدف کلی تحقیق و مهمترین نتایج آن تحقیق آورده شود.

در انتهای پیشینه محقق باید به **مهمترین سوالات یا فرضیه های مورد بررسی خود** که در قسمت یافته ها به آنها می پردازد اشاره نماید و **مدل مفهومی تحقیق خود** را ذکر متغیرهای اصلی مورد اشاره قرار دهد.))

۱. Loyalty

روش تحقیق (B Zar 12.5)

در قسمت روش شناسی محقق باید به نوع روش تحقیق خود، جامعه یا حوزه مطالعه، نمونه و روش نمونه گیری، ابزارهای جمع آوری اطلاعات (چه کسی آن را ساخته، سال تدوین ابزار، تعداد سوالات یا چگونگی محتوای آن، ابعاد آن، شیوه نمره گذاری آن، روایی و پایایی آن) روش و رویکرد در تحلیل داده ها بایستی قید شود. اگر روش تحقیق ترکیبی هست باید به تفکیک همه اجزای روش شناسی کیفی (نوع رویکرد مطالعه، نوع روش کیفی و چرایی استفاده، حوزه مطالعه و نمونه، روش انتخاب، شیوه کد گذاری یا رویکرد در تحلیل و تفسیر داده ها و...) و کمی (نوع روش، جامعه آماری، نمونه و شیوه نمونه گیری، ابزارهای جمع آوری اطلاعات، روایی و پایایی ابزارها، روش تحلیل داده ها) مورد اشاره قرار گیرد. البته در روش شناسی اصل ایجاز باید رعایت شود یعنی ضمن مختصر بودن توضیحات اما همه اجزای روش شناسی قید شده باشد. برای نمونه به صورت زیر:

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر نحوه گردآوری داده ها توصیفی – همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) است. جامعه آماری این تحقیق عبارت بوده است از... روش نمونه گیری نیز... ابزارهای جمع آوری اطلاعات شامل... روش تحلیل داده ها نیز با... بوده است.

((در بخش یافته ها محقق باید به همان سوالات یا فرضیه های مطرح شده قیل از روش شناسی پاسخ دهد. ضمن طرح مجدد سوال یا فرضیه پاسخ آن را در قالب جداول و نمودارها و توضیحات آنها می آورد. نمونه ای از یافته ها و توضیحات در زیر آورده شده است. فرمت جداول باید به صورت زیر باشد. عنوان و شماره جدول مشخص و بالای آن به صورت وسط چین آورده شود. توضیحات هر جدول در زیر آن آورده شود. عنوان و شماره نمودار و شکل باید در زیر آن نمودار آورده شود)).

یافته های توصیفی مربوط به میانگین، انحراف معیار و همچنین ضریب همبستگی میان متغیرهای پژوهش در جدول ۱ نشان داده شده است.

نمونه جدول:

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار و همبستگی میان متغیرهای پژوهش (اعداد ستون اصلی جدول فوت ۱۱ و اعداد داخل جدول فوت ۱۰)

متغیر	میانگین	انحراف معیار	وفاداری	تمایل به خرید	حضور مجدد
وفاداری	۲/۶۷	۰/۷۲۱	۱**		
تمایل به خرید	۲/۵۱	۰/۷۱۱	۵۲**	۱**	
حضور مجدد	۳/۰۳	۰/۷۲۴	۶۰**	۶۳**	۱**

بحث و نتیجه گیری (B Zar 12.5)

((در قسمت بحث و نتیجه گیری باید به نتیجه هر سوال یا فرضیه مختصر اشاره ای شود و این نتیجه با نتایج تحقیقات مشابه از جنبه همسویی یا ناهمسویی مقایسه شود و بعد به تفسیر نتیجه پرداخته شود. چند پیشنهاد کاربردی نیز باید آورده شود)).

به طور کلی، وفاداری مشتریان آثار مهمی برای سازمان های ورزشی و مراکز خدماتی به ویژه از نظر سودآوری برای بخش خصوصی دارد، از آنجا که رابطه بین متغیرهای پژوهش معنی دار به دست آمد، برای بررسی تاثیر وفاداری بر حضور مجدد و تمایل به خرید از مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد.

در مآخذ نویسی پایانی چند نکته مهم مورد توجه قرار گیرد:

((اولا منابع درون متن و پایانی همخوانی کامل داشته باشد. سبک APA دقیق رعایت شود. فرمت مجله رعایت شود. مشخصات لاتین منابع فارسی آورده شود. دقیقا همان مشخصه ای که روی جلد اثر می باشد نه ترجمه نویسنده مقاله. در انتهای مشخصات منابع فارسی باید عبارت [in Persian] آورده شود. در مقالات باید نام مجله ایتالیک شود. در کتاب ها باید عنوان کتاب ایتالیک شود. در پایان نامه ها باید عنوان پایان نامه ایتالیک شود. حتما به فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی استناد شود)).

برای نمونه:

References

- Bahreyni, S. S. (2006). Analytical review of the implementation of re-engineering processes in higher education. Journal of Andish-e-Sadegh. (23): 106-83. [in Persian]
- Barney, J., & Barney, J. (1991). Firm Resources and the Theory of Competitive Advantage. Journal of Management, 17, 99-120.

- Eisner, E. (1998). *Educational Imagination: on the design and evaluation of school programs*. NY: Macmillian

:Abstract

چکیده انگلیسی:

در انتهای مقاله باید چکیده انگلیسی ۱۰۰۰ کلمه ای به همراه اسامی نویسندگان آورده شود.

۴- ارجاع به منابع به شیوه APA (همه منابع به زبان انگلیسی باشند)

۴-۱- ارجاع داخل متن

- نام خانوادگی مؤلف یا نام معروف، تاریخ نشر اثر: صفحه یا صفحات. نیازی به نوشتن «ص» برای شماره صفحات نیست. همچنین اعداد از راست به چپ نوشته شوند؛ مثل (۱۲۲-۱۳۴)
- متن ارجاعی (نقل قول مستقیم) باید داخل گیومه و نشانی آن به ترتیب گفته شده، داخل پرانتز قرار گیرد؛ مثل (سیف، ۱۳۶۸: ۴۲۶).
- اگر در متن به چند اثر از یک نویسنده ارجاع داده شود، هر کدام از آن آثار بر مبنای تفاوت تاریخ نشر تفکیک می‌شود و در منابع پایانی، با نام اثر مشخص خواهد شد.
- در صورتی که به دو اثر چاپ شده از یک مؤلف در یک سال ارجاع داده شود، لازم است ابتدا در منابع پایانی، با نوشتن «الف» و «ب» در کنار سال چاپ، آن‌ها را از هم متمایز کنید و سپس در منابع داخلی، بعد از نام خانوادگی مؤلف، سال چاپ به همراه «الف» یا «ب» نوشته شود؛ برای مثال (حسینی، ۱۳۸۹ الف: ۲۶)
- 4-2 ارجاع پایانی (منابع)

۴-۲-۱- ارجاع به کتاب

- نام خانوادگی مؤلف یا نام معروف، نام، تاریخ نشر اثر (درون پرانتز با یک فاصله بعد از نام نویسنده)، نام کتاب، نام و نام خانوادگی مصحح یا مترجم، جلد، نوبت چاپ، محل نشر، نام ناشر (بدون ذکر واژه «انتشارات.»)
- در منابع پایانی نام کتاب یا رساله دکتری، کج (ایرانیکی) نوشته می‌شود؛ بنابراین، از سیاه کردن (بولد) یا قراردادن آن در گیومه پرهیز کنید.

۴-۲-۲- ارجاع به مقاله

- نام خانوادگی مؤلف، نام، تاریخ نشر اثر (درون پرانتز با یک فاصله بعد از نام نویسنده)، عنوان اصلی مقاله (داخل گیومه)، نام و نام خانوادگی مصحح یا مترجم، عنوان اصلی دانشنامه یا فصلنامه و مجله (ایرانیکی و بدون ذکر واژه مجله و...)، دوره یا سال انتشار، شماره، صفحاتی که مقاله در آن آمده است (بدون استفاده از «ص.»)
- عنوان مقاله و پایان‌نامه کارشناسی ارشد تنها در گیومه قرار می‌گیرد و کج یا سیاه نمی‌شود.

۴-۲-۳- ارجاع به پایان‌نامه

- نام خانوادگی مؤلف، نام، سال دفاع (درون پرانتز با یک فاصله بعد از نام نویسنده)، عنوان رساله، مقطع دفاع شده، نام و نام خانوادگی استاد راهنما، نام دانشگاه و دانشکده محل تحصیل دانشجوی.
- همان‌طور که گفته شد، نام رساله دکتری کج (ایرانیکی) نوشته می‌شود و عنوان پایان‌نامه کارشناسی ارشد تنها در گیومه قرار می‌گیرد.

۴-۲-۴- ارجاع به وبگاه‌های اینترنتی

- نام خانوادگی مؤلف، نام، تاریخ درج مطلب در وبگاه (درون پرانتز با یک فاصله بعد از نام نویسنده)، عنوان مقاله یا اثر (داخل گیومه)، نشانی الکترونیکی وبگاه.
- ارجاع به چنین مطالبی در حدّ ضرورت و زمانی است که منابع مکتوب از آن موضوع موجود نباشد.

۵- سایر نکات

- درج نشانۀ تشدید یا تنوین در واژه‌های عربی تشدیددار یا تنوین‌دار ضروری است.
- هر توضیح اضافی دیگری غیر از ارجاع، در پانوشت می‌آید.
- در بخش منابع در صورتی که نام مؤلف معلوم نباشد، نام اثر جایگزین آن می‌شود.
- در فهرست منابع در صورتی که مشخصات منبعی بیش از یک سطر شد، برای سطر دوم، نیم سانتی‌متر تورفتگی ایجاد شود.
- از شمارمگذاری یا قراردادن خط تیره در آغاز مدخل‌های فهرست منابع پرهیز شود.
- ارجاع به منابع قدیم، به نام اشهر باشد؛ مثل ناصر خسرو و نه قبادیانی.
- در نقل منابع از زبان‌های مختلف، برای بزرگ نوشتن حروف اول از قواعد همان زبان پیروی شود؛ به این معنا که مثلاً در زبان فرانسه جز اسامی خاص، باقی اسامی با حروف کوچک شروع می‌شوند؛ درحالی‌که در زبان آلمانی، اسم دستوری با حروف بزرگ نوشته می‌شود و باقی کلمات با حروف کوچک و ...