

البرنامج : أسس التسويق الرياضي

الوحدة رقم 1: مقدمة في التسويق الرياضي

الوحدة رقم 1: مقدمة في التسويق الرياضي

1.1.1 التاريخ والمفاهيم الأولية للتسويق

1.1.2 صناعة الأعمال الرياضية

1.1.3 قطاعات صناعة الرياضة

1.1.4 العوامل المؤثرة في نمو صناعة الرياضة

1.1.5 تطور التسويق الرياضي

الوحدة رقم 2: طرق وأدوات التسويق الرياضي

الوحدة رقم 1: طرق وأدوات التسويق الرياضي

2.1.1 إرشادات التسويق

2.1.2 العوامل الخارجية

2.1.3 العوامل الداخلية

الوحدة رقم 3: إنشاء خطة التسويق الرياضي

الوحدة رقم 1: وضع خطة التسويق الرياضي

3.1.1 المزيج التسويقي: 4 P's

3.1.2 المزيج التسويقي: التطور

3.1.3 كتابة خطة التسويق

3.1.4 إف سي سينسيناتي - نموذج لخطة تسويق

الوحدة رقم 4: الإدماج



الفهرس

كوراز، ج.، (1987) الأسس العصبية النفسية للحركة. بيدوتريو، برشلونة.

كراتي، ب. (1974). المهارات الحركية والنفسية. مينيون، مدريد.

لو بولش، ج. (1975). نحو علم الحركة البشرية. بيدوس، بوينس آيرس.

لو بولش، ج. (1989). الرياضة التعليمية: الحركية النفسية والتعلم الحركي. بيدوس، بوينس آيرس.

لوبر، آي (2012). مقدمة في فسيولوجيا الجهاز العصبي. ال جالينو، قرطبة.

لوبر، آي (2012). الوظائف الحركية للجهاز العصبي. إل جالينو، قرطبة.

مينيل، ك. شنابل، ج. (1987). نظرية الحركة: المهارات الحركية الرياضية. الملعب، بوينس آيرس.

نيوماير أ. (2002) التدريب الفني. بيدوتريو، برشلونة.

رويز بيريز. (1994). الرياضة والتعلم. فيسور، مدريد.

ريجال، ر. (1979). المهارات الحركية البشرية. بيلا تيلينا، مدريد.

سانشيز بانيويلوس، ف. (1990). تعليم التربية البدنية والرياضة. جيمنوس، مدريد.

تاموري، س. (2009) علوم الأعصاب والرياضة. بيدوتريو، برشلونة.



الأهداف

يتيح لك تحديد الأهداف الحصول على فكرة ملموسة عما تنوي تحقيقه من خلال المشاركة في عملية التعلّم والتدريس المحتواة في هذه الدورة التدريبية. لكن حجة تحديد الأهداف تمثل أهم فكرة؛ فهي تسمح بتحديد ما يجب القيام به من أجل تحقيق الغرض ذاته الذي تم تحديد الأهداف من أجله.

لتحقيق هذه الأهداف، من الضروري أن تكمل هذه الدورة كما تم تصميمها، من خلال المراحل المختلفة للدورة. إذا أكملت الدورة وفقًا للتعليمات المنصّبة فستصبح جاهزًا لتحقيق الأهداف التالية:

الهدف العام

- دمج مفاهيم التسويق والإستراتيجيات والتكتيكات في أي نشاط رياضي لتوسيع قيمة الأفكار المعروضة.

الأهداف المحددة

- تعلّم أساسيات التسويق من أجل تحديد كيفية تطبيقها في عالم الرياضة.
- تحديد أدوات التسويق الرئيسية لتطبيقها على منظمة رياضية.
- تطوير وتنفيذ إستراتيجيات وتكتيكات التسويق لبناء علامة تجارية رياضية ناجحة.



المهارات

نأمل أن تطور المهارات الآتية طوال مدة الدورة:

مهارات عامة

• العمل الجماعي والتعاون: القدرة على العمل مع الزملاء من أجل تحقيق الأهداف المشتركة وتطوير التآزر الجماعي على مستوى الأداء العالي.

• القدرة على التحليل والتفكير: القدرة على الفحص المنهجي للجوانب المختلفة للموقف أو مجموعة الحقائق، وإجراء تقييم دقيق لها.

• حلول إبداعية ومبتكرة قائمة على المعرفة: القدرة على تقديم حلول بديلة مبتكرة للمشاكل القائمة على أساس المهارات المكتسبة.

مهارات خاصة

• القدرة على دمج التسويق كنظام عمل في إدارة الرياضة.

