

# الإدارة الإستراتيجية في المجال الرياضي

Strategic Management in Sports



2020





الأكاديمية السويدية لتدريب الرياضي SAST

# الإدارة الإستراتيجية في المجال الرياضي

Strategic Management in Sports

إعداد

الدكتورة : شاذلية الفيتوري

**First published** : 2020  
**The Compiler** : Dr. Chedlia Fitouri  
**Copyright** : Swedish Academy of Sport Training (SAST)  
**Address** : Svärmare gatan 3, 60361 Norrköping, Sweden  
**Website** : [www.swedish-academy.se](http://www.swedish-academy.se)  
**Printing press** : Yakobs AB  
**ISBN** : 978 - 91 - 985151 - 2 - 1

# المحتويات

## 11 ..... الفصل الأول

12 ..... مقدمة

13 ..... 1. تعريف الإدارة الاستراتيجية.....

13 ..... 1.1. تعريف المنهج الاستراتيجي.....

13 ..... 1.2. الإدارة الإستراتيجية في المجال الرياضي :

14 ..... 1.2.1. تعريف الإدارة الإستراتيجية من الناحية الاجتماعية.....

14 ..... 2. خصائصات الإدارة الإستراتيجية :

14 ..... 1.2. لماذا؟.....

14 ..... 2.2. ماذا؟.....

14 ..... 3.2. كيف؟.....

15 ..... 3. المستويات الثلاثة للإدارة الإستراتيجية :

15 ..... 1.3. التحضير.....

15 ..... 2.3. التحليل البيئي.....

15 ..... 3.3. صياغة الاستراتيجية.....

16 .....4.3 الأهداف الاستراتيجية.

16 .....5.3 تنفيذ الإستراتيجية.

16 .....6.3 التقييم و الرقابة.

17 .....4. تحديات الإدارة الاستراتيجية المعاصرة.

## 19 ..... الفصل الثاني

20 ..... مقدمة

20 .....1. مفهوم التسويق

20 .....

21 .....1.1. التسويق القديم.

21 .....2.1. التسويق الحديث.

22 .....2. خطوات التسويق الفعال

22 .....

23 .....1.2. أهداف التسويق الاستراتيجي.

23 .....2.2. مراحل التسويق الاستراتيجي.

24 .....3. تعريف التبني و الرعاية.

24 .....1.3. مفهوم التبني.

2.3. مفهوم الرعاية..... 25

4. خصائص الرعاية في المجال الرياضي ..... 26

1.4. تطور الرعاية في الاحداث الرياضية..... 26

2.4. أنواع الأحداث الرياضيَّة..... 29

5. خصائص رعاية الحدث الرياضي ..... 30

..... 30

1.5. القيم الأخلاقية للرياضة..... 31

2.5. الرسالة الغير المعلنة..... 31

3.5. المظهر في بيئة غير تجارية..... 31

4.5. التجديد مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى..... 32

5.5. الطابع المتعدد الأبعاد..... 32

## 33 ..... الفصل الثالث

مقدمة..... 34

1. إدارة الأحداث الرياضية..... 34

1.1. الجهات الفاعلة في الحدث الرياضي ..... 35

1.1.1. الاتحادات الرياضية..... 35

35 .....2.1.1. الشركات الخاصة.

35 .....3.1.1. السلطات المحلية.

35 .....4.1.1. وسائل الإعلام.

36 .....5.1.1. الدولة.

36 .....2.1. مراحل تنظيم حدث رياضي.

38 .....2.2.1. المرحلة التطبيقية.

39 .....3.2.1. مرحلة ما بعد الحدث.

40 .....2. أهداف رعاية الحدث الرياضي.

40 .....1.2. هدف الشهرة.

41 .....2.2. الصورة الذهنية.

42 .....3.2. تحفيز الموظفين.

42 .....4.2. تطوير المبيعات وزيادة الرغبة في الشراء.

43 .....3. المستهدفين من الرعاية.

43 .....1.3. الجمهور المباشر.

44 .....2.3. الجمهور الغير المباشر.

44 .....4. الحملة الدعائية للحدث الرياضي.



5. تقييم أداء الرعاية.....45

**47 ..... الفصل الرابع**

المحور الأول: التأسيس والتخطيط .....48

المحور الثاني: الاتجاهات و السياسات .....50

المحور الثالث: التنفيذ و المراقبة .....53

**56 .....References**