

قائمة المراجع

اولاً: المراجع العربية.

ثانياً: المراجع الأجنبية.

ثالثاً: شبكة المعلومات الدولية.

المراجع

اولا: المراجع العربية:

- ١- ابراهيم عبد المقصود وحسن الشافعي : الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية الجزء الثالث التنظيم ط١ مكتبة دار الوفاء الإسكندرية- ٢٠٠٥
- ٢- _____ : الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية، الإمكانيات والمنشآت في المجال الرياضي، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية ، ٢٠٠٤ م .
- ٣- ابراهيم عبد الهادي : الادارة مفاهيمها وانواعها وعملياتها دار المعرفة الجامعية الإسكندرية ٢٠٠٠
- ٤- أبى سعيد الديوه جي : المفهوم الحديث لادارة التسويق ، ط ، ١، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان . ٢٠٠٠م .
- ٥- احمد عبد الفتاح سالم : الاثار الاقتصادية والاجتماعية لخصخصة الاندية الرياضية رسالة دكتوراه غير منشوره كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة جامعة حلوان ٢٠٠٤
- ٦- احمد ماهر : ادارة الموارد البشرية ط٢ دار الجامعية الإسكندرية ٢٠٠٧
- ٧- احمد محمد غنيم : أساسيات الإدارة في عصر العولمة كلية تجارة المنصورة ٢٠٠٤
- ٨- _____ : أساسيات الإدارة في عصر العولمة، ط١، دار الحائث للطباعة المنصورة ، ٢٠٠٥م .
- ٩- اسماعيل عبد المنعم اسماعيل : إدارة التسويق كلية التجارة جامعة حلوان ٢٠٠٤ م
- ١٠- إسماعيل محمد السيد : التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية . ٢٠٠٤م .
- ١١- أشرف صبحى حسين : الدور التسويقي للعلاقات العامة فى الأحداث الرياضية ، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضية ، العدد ٤٤ كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ٢٠٠٥م .
- ١٢- أشرف عبد المعز عبد الرحيم : تقويم اقتصاديات الأندية الرياضية المصرية، دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية بنين، جامعة حلوان، ١٩٩٦
- ١٣- امين محمود عبد اللطيف : إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتطوير نظم المعلومات التسويقية في بعض الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية بنين ، جامعة الإسكندرية ، ٢٠١١ م .
- ١٤- _____ : تسويق الامكانيات الرياضية المتاحة بكلية التربية الرياضية للبنين جامعة الإسكندرية رسالة ماجستير غير منشورة ، إدارة الهيئات الرياضية النظرية الحديثة وتطبيقاتها منشأة المعارف الإسكندرية . ٢٠٠٧م .
- ١٥- بهجت عطية بهجت راضي : ادارة الجودة الشاملة كمدخل لتطوير ادارة الاندية الرياضية الحديثة في ضوء التحولات العالمية المعاصرة رسالة دكتوراه غير منشورة كلية التربة الرياضية للبنين بالهرم جامعة حلوان ٢٠٠٢
- ١٦- توفيق محمد عبد المحسن : التسويق وتحديات التجارة الالكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة ، ٢٠٠٤م .
- ١٧- ثامر ياسر البكري : " إدارة التسويق" ، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، الموصل ، ٢٠٠٢ .

- ١٨- جمال مصطفى الزهير : معوقات اقتصاديات بعض الأندية الرياضية بدولة الكويت ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الإسكندرية ، ٢٠١٠ م
- ١٩- حسن أحمد الشافعي : الهيكل التنظيمي والتوصيف الوظيفي في المؤسسات الرياضية ، مؤسسة عالم الرياضة للنشر ودار الوفاء لدنيا الطباعة ، الطبعة الأولى ، ٢٠١٤ م
- ٢٠- _____ : الإستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية ، ط ١ ، دار الوفاء للنشر والطباعة ٢٠٠٦ م .
- ٢١- _____ : الموسوعة العلمية لاقتصاديات الرياضة والتسويق والاستثمار في التربية الرياضية دار الوفاء للنشر والطباعة الإسكندرية ٢٠٠٥ م
- ٢٢- حسن الشافعي ، علي حجازي : استراتيجيات التسويق الرياضي والاستثمار بالمؤسسات الرياضية المختلفة في ضوء التحولات الاقتصادية العالمية المعاصرة ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، ٢٠٠٩ م .
- ٢٣- حسن الشافعي ونديا محمد عبد العزيز : التاجير التمويلى كمصدر للاستثمار الرياضى فى المؤسسات الرياضية والاتحادات ، المؤتمر العلمى الدولى الثامن ، الاساليب غير التقليدية لتمويل التنمية المستدامة ، كلية التجارة ، جامعه الإسكندرية ، ٢٠٠٨ م .
- ٢٤- حسن بلوط : إدارة المؤسسات ، بيروت ، دار قابس ، ١٩٩٨ م .
- ٢٥- حسن ناجي وعبد الرزاق جبر : الإدارة المعاصرة في التربية البدنية والرياضية الطبعة الاولى دار الكتب والوثائق بغداد ٢٠١٣ م
- ٢٦- حسين حريم : مبادئ الإدارة الحديثة النظريات والعمليات الادارية ط١ دار الحامد للنشر الاردن ٢٠٠٦ م
- ٢٧- حسين علي عبد الرسول : "نظام الاستخبارات التسويقية وأثره في تحديد الاستراتيجيات التسويقية، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، ٢٠٠٦ م
- ٢٨- خالد إبراهيم عبد العاطي : أساليب مقترحة لتسويق البطولات الرياضية.رسالة ماجستير غير منشوره كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم .جامعة حلوان ٢٠٠١ م
- ٢٩- داليا سعيد البنا : قياس مدركات وممارسة الأطراف ذات العلاقة بالتسويق الرياضي في بعض الأندية الرياضية الكبرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٥ م .
- ٣٠- دعاء محمد عابدين : استراتيجية تسويقية خدمية للإتحاد الرياضى المصرى للرمية بالقوس والسهم ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية ٢٠٠٥ م
- ٣١- سعد أحمد شلبي : إدارة تسويق حقوق الرعاية الرياضية بأندية الدرجة الأولى في جمهورية مصر العربية ، المؤتمر العلمى الدولى الثامن علوم التربية البدنية والرياضة ، كلية التربية الرياضية بأبى قير ، الإسكندرية ٢٠٠٤ م .
- ٣٢- _____ : الإدارة والتسويق الألكتروني في الأندية الرياضية المشاركة في الدوري الألماني لكرة القدم ٢٠٠٧/٢٠٠٨ ، المؤتمر الدولي للتربية البدنية والرياضة والصحة من ١-٣ أبريل ، الكويت ، المجلد العمى الثاني . ٢٠٠٨ م
- ٣٣- _____ : أسس إدارة التسويق الرياضى ، كتاب منهجى لطلاب كلية التربية الرياضية ، مكتبة شجرة الدر بالمنصورة ٢٠٠٥ م .

- ٣٤- سعد أحمد شلبي : مجالات التسويق والأستثمار بالأندية المصرية والأوربية دراسة تحليلية مقارنة المؤتمر العلمي الدولي التاسع لعلوم التربية البدنية و الرياضة ٨-١٠ نوفمبر ٢٠٠٦ م .
- ٣٥- سمير عبد الحميد : ادارة الهيئات الرياضية النظريات الحديثة وتطبيقاتها الطبعة الاولى منشأة المعارف ١٩٩٩ م
- ٣٦- سنان الموسوي : الادارة المعاصرة الاصول والتطبيقات ، ط١، دار مجدلاوي للنشر عمان ، ٢٠٠٤ م
- ٣٧- شريف احمد العصي : التسويق النظرية والتطبيق دار الكتاب العربي القاهرة ٢٠٠٢
- ٣٨- صديق محمد عفيفي : التسويق الدولي ، نظام الاستيراد والتصدير ، القاهرة ، مكتبة غريب ، ٢٠٠٣ م .
- ٣٩- صلاح الدين عبد الباقي : ادارة الموارد البشرية من الناحية العلمية والعملية الدار الجامعية الإسكندرية ٢٠٠٠
- ٤٠- صلاح الشنواني : الادارة التسويقية الحديثة ، المفهوم ، الاستراتيجيات ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، ٢٠٠٠ م .
- ٤١- طلعت اسعد عبد الحميد : التسويق الفعال ، دار الفجر ط١٧ والقاهرة ٢٠١٢ م
- ٤٢- عادل فاضل : الإدارة في مجال الرياضة ، الدار العربية للطباعة ، بغداد ٢٠٠٧ م .
- ٤٣- عاطف عبد الله المكاوي : الموظف الاداري ، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى، ٢٠١٣ م
- ٤٤- عامر عبد اللطيف كاظم : "العلاقة بين الإيحاء الواسع والأنشطة الترويجية وأثرها على الأداء التسويقي للمنظمة" دراسة في الشركة العامة للصناعات النسيجية، حله، ماجستير الجامعة المستنصرية، ٢٠٠٢ .
- ٤٥- عبد الحليم نصر الجمل : دراسة تحليلية لتسويق المنشآت الرياضية بالقوات المسلحة ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية " ، جامعه طنطا ، ٢٠٠٧ .
- ٤٦- عبد الحميد عبد السلام ارحيم : الادارة منهج واسلوب مؤسسة حورس الدولية الإسكندرية ٢٠١٣ م
- ٤٧- عبد الرحمن الطنطاوي : هيكل تنظيمي مقترح لادارة الاندية الصحية في القرى السياحية رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية للبنين جامعة الإسكندرية ٢٠١٢
- ٤٨- عبد السلام ابو قحف : التسويق كلية التجارة جامعة الإسكندرية ، ٢٠٠٦ م
- ٤٩- _____ : التسويق مدخل تطبيقي ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، ٢٠٠٢ م .
- ٥٠- عبد السلام أبو قحف و آخرون : التسويق – كلية التجارة جامعة الإسكندرية ٢٠٠٥ م
- ٥١- عبد الله محمد محي الدين : نموذج لمعايير تقييم الأداء التسويقي في بعض الأندية المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الإسكندرية . ٢٠٠٧ م .
- ٥٢- عبد المحسن نعساني : ، إدارة التسويق ، منشورات جامعة حلب ، ٢٠٠٥
- ٥٣- عبدالله مبارك الغصاب : العوامل المؤثرة على اقتصاديات الاندية الرياضية بدولة الكويت رسالة دكتوراه غير منشورة كلية التربية الرياضية للبنين جامعة الزقازيق ٢٠٠٢

- ٥٤- عبدالله محمد محي : نموذج مقترح لمعايير تقييم الأداء التسويقي ببعض الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الإسكندرية ، ٢٠٠٧
- ٥٥- عصام بدوى : موسوعة التنظيم والإدارة فى التربية البدنية والرياضية ، ط١ ، دار الفكر العربى ، القاهرة ٢٠٠١ م .
- ٥٦- علاء حسين السراي : "دور عناصر المزيج الترويجي في تنمية وزيادة الحصى السوقية للمنتجات الصناعية والوطنية، دراسة ميدانية بالتطبيق على المنتجات الوطنية لمدينة عمّان"، المؤتمر الأول، جامعة العلوم التطبيقية، الأردن ٢٠٠٣ .
- ٥٧- علي مسلم و آخرون : علم تحليل و تصميم منظمات الأعمال ، الإسكندرية ، الدار الجامعية ، ٢٠٠٧ .
- ٥٨- فاروق عبد الفتاح رضوان : ادارة التسويق مدخل الانظمة في تحليل العمليات الادارية ، الدار الجامعية الإسكندرية ، ٢٠٠٣ م
- ٥٩- فيصل حسونه : ادارة الموارد البشرية دار اسامة للنشر والتوزيع عمان الاردن ٢٠١١
- ٦٠- كريم امبارد : دراسة معوقات التنظيم كأحد عناصر الادارة بمرکز الشباب بمحافظة قنا . رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية للبنين جامعة الإسكندرية ٢٠٠٨ .
- ٦١- كمال درويش ومحمد صبحي حساتين : التخطيط ومهارات حل المشكلات في ادارة المشروعات واساليب تنمية الموارد البشرية ط١ دار الفكر العربي القاهرة ٢٠٠٤
- ٦٢- _____ : التسويق والاتصالات الحديثة وديناميكية الاداء البشري في ادارة الرياضة، دار الفكر العربي، القاهرة ٢٠٠٥ م
- ٦٣- كوثر حميد هاني : " التسويق في المنظمات غير الهادفة للربح مع النموذج مقترح، دراسة حالة في جامعة الكوفة، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، ٢٠٠٤ .
- ٦٤- ماهر محمد السيد عطية : واقع التسويق الرياضي بالأندية الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، طنطا ، ٢٠٠٥ م .
- ٦٥- محمد الصيرفى : ادارة الاعمال الحكومية ط١ مؤسسة حورس الدولية ٢٠٠٥
- ٦٦- _____ : إدارة التسويق ، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، ٢٠٠٩ م
- ٦٧- _____ : مبادئ التسويق ، حورس الدولية للنشر والتوزيع الإسكندرية، ٢٠٠٥ م.
- ٦٨- محمد حافظ حجازي : المقدمة في التسويق، شركة الجمهورية الحديثة، الإسكندرية. ٢٠٠٤ م.
- ٦٩- محمد دعبول : مبادئ تسويق الخدمات ، دمشق، دار الرضا ، ٢٠٠٣ .
- ٧٠- محمد رجب جبريل : ترويج البطولات والمباريات الرياضية باستخدام المفهوم الحديث للتسويق ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ٢٠٠١ م .
- ٧١- _____ : الخطة الاستراتيجية لتسويق البطولات والمباريات الرياضية رسالة دكتوراه غير منشورة كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم جامعة حلوان ٢٠٠٦

- ٧٢- محمد سعيد سلطان : ادارة الموارد البشرية الدار الجامعية الجديدة الإسكندرية ٢٠٠٣ م
- ٧٣- محمد سلامة وسمير عبد الحميد : منظور حديث في الادارة الرياضية التخطيط الرياضي ماهي للنشر والتوزيع الإسكندرية ط١ ٢٠١٣ م
- ٧٤- محمد صالح الحناوي : مقدمة في الاعمال ، الدار الجامعية للطباعة والنشر ، الإسكندرية ، ٢٠٠٣ م
- ٧٥- محمد صبحى حسانين ، عمرو أحمد جبر : أقتصاديات الرياضة الرعاية والتسويق والتمويل ، مركز الكتاب والنشر ، مدينة نصر ، القاهرة ، ٢٠١٣ م .
- ٧٦- محمد عبد العزيز سلامة وسمير عبد الحميد : منظور حديث في الادارة الرياضية ، ط١ ، ماهي للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، ٢٠٠٧ م
- ٧٧- محمد عبد العزيز ومها الصغير : مدخل الإدارة ، الشهابي للطباعة والنشر الإسكندرية ، ٢٠٠٥ م.
- ٧٨- محمد عبد العظيم شميمس : فعاليات إدارات التسويق في المؤسسات الرياضية، المؤتمر الإقليمي الرابع للمجلس الدولي للصحة والتربية البدنية والرياضة، كلية التربية الرياضية ، جامعة الإسكندرية. ، ٢٠٠٨ م.
- ٧٩- محمد فريد الصحن : التسويق ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، ٢٠٠٢ م.
- ٨٠- _____ : التسويق المفاهيم والاستراتيجيات ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، ٢٠١٣ م
- ٨١- _____ : مبادئ التسويق مؤسسة حورس الدولية ٢٠٠٥ م
- ٨٢- محمد فريد الصحن ونبيل عباس : مبادئ التسويق ، الدار الجامعية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ م.
- ٨٣- محمد كمال السمنودي ونبيل عبد المطلب : الادارة الرياضية مكتبة شجرة الدر المنصورة ٢٠٠١ م
- ٨٤- محمد محمد أبراهيم : إدارة التسويق فى إطار معايير إدارة الجودة التسويقية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية الطبعة الاولى ، ٢٠١١ م .
- ٨٥- محمد محمد الحمامي : الترويج المائي الفلسفة والتسويق ط١ ، مركز الكتاب والنشر القاهرة ٢٠٠٤ م
- ٨٦- محمد محمد عبد القادر : نموذج لإدارة التسويق في الأندية الرياضية. رسالة ماجستير غير منشوره كلية تربية رياضية للبنين بالهرم ٢٠٠٥ م
- ٨٧- محمود صادق بازرة : ادارة التسويق ، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة ، ٢٠٠١ م.
- ٨٨- محمود صالح المؤذن : مبادئ التسويق ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٢ م .
- ٨٩- محى الدين الازهرى : إدارة النشاط التسويقي ، مدخل إستراتيجى ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ٢٠٠١ م.
- ٩٠- مصطفى محمود ابو بكر : ادارة التسويق بالمنشأة المعاصرة ، الدار الجامعية المنوفية ، ٢٠٠٤ م
- ٩١- _____ : تسويق خدمات الدار الجامعية ، ط١ ، الإسكندرية ، ٢٠١٣ م
- ٩٢- نبيل ندى : قراءات في الادارة الرياضية ، الطبعة الاولى ، مركز الكتاب للنشر ، ٢٠١٠ م

- ٩٣- نبيلة عباس، علاء : التسويق، الدار الجامعية للطباعة والنشر الإسكندرية ٢٠٠٦
الغرباوي، محمد عبد العظيم
، ايمان شقير
- ٩٤- وائل عبد الرحمن وعادل سيد احمد محمود
اصول التربية الادارية، ط١، الجنادرية للنشر والتوزيع عمان، ٢٠٠٩
- ٩٥- وليد احمد سامي : تقويم اساليب تسويق أنشطة الترويج الرياضي في بعض المؤسسات والاندية
رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة جامعة حلوان
٢٠٠٢
- ٩٦- يوسف ابو الحجاج : فن البيع ومهارات البائع المحترف دار الصفا للنشر والتوزيع ٢٠١٠
- ٩٧- يوسف رسول حمد : وحدة تسويق مقترحة للخدمات الرياضية بجامعة سوران بأقليم كردستان
٢٠١٣م

ثانيا: المراجع الأجنبية:

- 98- **Beatriz, García,** : Enhancing Sport Marketing through Cultural and Arts Programs: Lessons from the Sydney 2000 Olympic Arts Festivals , Sport Management Review, Volume 4, Issue 2, November 2001,
- 99- **Dana, et al.,** : Framing ambush marketing as a legal issue: An Olympic perspective , Sport Management Review, Volume 14, Issue 3, August 2011,
- 100- **Daniel C Funk_'
Tennille J. Bruun** The role of socio-psychological and culture-education movies in marketing international sport tourism: A cross-cultural perspective ,Tourism Managment 28 2007.
- 101- **David, et al.,** : Persuasion knowledge and consumer reactions to pricing tactics, Journal of Retailing, Volume 83, Issue 2, April 2007.
- 102- **Graham Williams** An Overview of sport programmes and sport facilities avilable to youth in philippolis, South Africa : Are childrenbeing left to play in the dust? Submitted in accordance with the requirements for the Master's degree in Development Sciences , 15 December 2007.
- 103- **Jonathan, et al.,** : A Sport Commitment Model Perspective on Adult Tennis Players' Participation Frequency and Purchase Intention , Sport
- 104- **Kevin, et al.,** : Dimensions of general market demand associated with professional team sports: Development of a scale, Sport Management Review, Volume 13, Issue 2, May 2010,
- 105- **Kotler, Philip,** : "Marketing Management", The Millennium ed., New Jersy, Prentic-Hall, Inc., 2000
- 106- **Laura Cousens, Kathy Babiak** Cheri L. Bradish: Beyond Sponsorship: Re-Farming Coroprte – Sport Relationships, Sport Management Review , 2006.
- 107- **Leyland, et al.,** : Event sponsorship and ambush marketing: Lessons from the Beijing Olympics, Business Horizons, Volume 53, Issue 3, May–June 2010.

- 108- **Luke Kachersky ,** : Reduce Content or Raise Price? The Impact of Persuasion Knowledge and Unit Price Increase Tactics on Retailer and Product Brand Attitudes, Journal of Retailing, Volume 87, Issue 4, December 2011,
- 109- **Mcdanieljr, D & Gates, R** : Marketing Research, john wily Sousing 6 sixed, 2005.
- 110- **Emma Persson,** : Creating loyal sponsors through relationships and positive experiences a case study of gains from cooperation between sports clubs and sponsors , University essay from Lulea Tenaska Universities/ Industrial economic ouch Sam halls vetenskap/ Industrial marinades forcing ouch e-handle , 2008.
- 111- **Norm, et al.,** : Leveraging sponsorship: The activation ratio , Sport Management Review, Volume 16, Issue 4, November 2013,
- 112- **Stephen, et al.,** : An examination of dynamic ticket pricing and secondary market price determinants in Major League Baseball , Sport Management Review, Volume 17, Issue 2, May 2014,

ثالثاً: شبكة المعلومات الدولية

- 113- www.aliraqnet.net
- 114- www.arab-api.org
- 115- www.madinaedu.gov.sa
- 116- www.google.com.eg

المرفقات

مرفق رقم (١)

أسماء السادة الخبراء

مرفق (١)

أسماء السادة الخبراء

| م | أسم الخبير | الوظيفة |
|----|------------------------------|---|
| ١ | أسماعيل محمد رضا | أستاذ الإدارة والمناهج كلية التربية الرياضية – جامعة بغداد |
| ٢ | حسن أحمد الشافعي | أستاذ الإدارة الرياضية بقسم الإدارة الرياضية – كلية التربية الرياضية بنات – جامعة الإسكندرية |
| ٣ | حسن ناجي محمود | أستاذ الإدارة الرياضية – كلية التربية الرياضية – جامعة بغداد |
| ٤ | دنيا محمد عادل | استاذ مساعد الادارة الرياضية بقسم الادارة الرياضية – كلية التربية الرياضية بنات -جامعة الاسكندرية |
| ٥ | سماح صلاح الدين | استاذ مساعد الادارة الرياضية بقسم الادارة الرياضية - كلية التربية الرياضية بنات -جامعة الاسكندرية |
| ٦ | سمير عبد الحميد على | أستاذ الإدارة الرياضية ووكيل كلية التربية الرياضية بنين لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة – جامعة الإسكندرية |
| ٧ | صابرين عطية مرسال | استاذ مساعد الادارة الرياضية ورئيس قسم الادارة الرياضية – كلية التربية الرياضية بنات - جامعة الاسكندرية |
| ٨ | عبد الله هزاع الشافعي | أستاذ الإدارة الرياضية كلية التربية الرياضية – جامعة بغداد |
| ٩ | لمياء محمد حسن | أستاذ الإدارة والمناهج كلية التربية الرياضية – جامعة البصرة |
| ١٠ | مها محمد حسن الصغير | أستاذ الإدارة الرياضية ووكيل كلية التربية الرياضية للبنات لشئون التعليم والطلاب – جامعة الإسكندرية |
| ١١ | نسرین عبد الله أحمد أرمينازى | استاذ مساعد الادارة الرياضية بقسم الادارة الرياضية – كلية التربية الرياضية بنات - جامعة الاسكندرية |
| ١٢ | نبيه عبد الحميد العلقاني | أستاذ الإدارة الرياضية بقسم الإدارة الرياضية – كلية التربية الرياضية بنين – جامعة حلوان |
| ١٣ | وليد مرسى على الصغير | أستاذ الإدارة الرياضية ورئيس قسم الإدارة كلية التربية الرياضية – جامعة حلوان |

ملحوظة

- تم ترتيب أسماء السادة الخبراء ترتيباً هجائياً

مرفق رقم (٢)
الاستمارة قبل التعديل

جامعة الاسكندرية

كلية التربية الرياضية للبنات

قسم الادارة الرياضية

استمارة استطلاع رأى السادة الخبراء حول عبارات الاستبيان

السيد الأستاذ /

تحية طيبة وبعد ...

يقوم الباحث / عمر علي طلال – الباحث بقسم الادارة الرياضية بكلية التربية الرياضية للبنات –
جامعة الإسكندرية – بإجراء دراسة بعنوان :

"أدارة تسويق مقترحة لمدينة البصرة الرياضية بالعراق "

وذلك ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية الرياضية .

ولثقة الباحث بما لديكم من خبرة علمية ، توجب على الباحث استطلاع رأى سيادتكم بالاستمارة
المرفقة وذلك لبيان صحة عبارات الاستبيان ، وإضافة أو حذف أو تعديل أو نقل ما ترونه مناسباً
لموضوع البحث .

ولسيادتكم جزيل الشكر والامتنان على حسن التعاون ...

أهداف البحث :

- ١- اهداف ادارة التسويق
- ٢- الهيكل التنظيمي لادارة التسويق
- ٣- التوصيف الوظيف للعاملين بأدارة التسويق
- ٤- المزيج التسويقي لادارة التسويق

الاسم :

الدرجة العلمية :

المحور الاول : أهداف ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية

| لا | الى حد ما | نعم | العبارات |
|----|-----------|-----|---|
| | | | ١-توفير مصادر دخل لتنمية موارد مدينة البصرة الرياضية |
| | | | ٢- توفير الدعم المادي الذاتي لمنشآت مدينة البصرة الرياضية |
| | | | ٣- تطوير وتحسين البنية التحتية للمنشآت الرياضية |
| | | | ٤- تحسين كفاءة وفعالية استخدام الموارد المادية المتاحة |
| | | | ٥- تطوير وتحديث النظم التكنولوجية ووسائل الاتصال داخل وخارج المدينة |
| | | | ٦- تسويق الأنشطة الاستثمارية لمدينة البصرة الرياضية |
| | | | ٧- خلق فرص تسويقية لمدينة البصرة الرياضية |
| | | | ٨- نشر ثقافة التسويق الرياضي لدى العاملين بمدينة البصرة الرياضية |
| | | | ٩- الإعلان عن الخدمات التي تقدمها مدينة البصرة الرياضية |
| | | | ١٠ - امداد المستفيدين بخدمات ذات جودة عالية |
| | | | ١١- تطوير وتنمية الكوادر البشرية العاملة بادارة التسويق |

المحور الثاني : الهيكل التنظيمي لادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية

| لا | الى حد ما | نعم | العبارات |
|----|-----------|-----|---|
| | | | (أ) الهيكل التنظيمي |
| | | | ١٢- ترى ضرورة توافر ادارة تسويق بمدينة البصرة الرياضية |
| | | | ١٣- من الافضل ان تكون لادارة التسويق ثلاث مستويات ادارية وهي - ادارة عليا - ادارة وسطي - ادارة تنفيذية |
| | | | ١٤- تتبع ادارة التسويق الادارة العليا لمدينة البصرة الرياضية |
| | | | ١٥- تتبع ادارة التسويق الادارة الوسطى لمدينة البصرة الرياضية |
| | | | ١٦- تتبع ادارة التسويق الادارة التنفيذية لمدينة البصرة الرياضية |
| | | | ١٧-ادارة بحوث التسويق جزء مهم في تطوير عمل ادارة التسويق |
| | | | ١٨ - لايد من وجود مدير لادارة التسويق |
| | | | ١٩- لايد من وجود مسؤول عن كل نشاط تسويقي |
| | | | ٢٠- يفضل ان تكون ادارة التسويق الرياضي مسؤولة عن - المنشآت الرياضية - المنشآت غير الرياضية - الخدمات - الأنشطة الرياضية - اللاعبين |
| | | | (ب) وظائف ادارة التسويق |
| | | | ٢١ - لايد ان يكون من اهم اهتمامات ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية تحقيق رضا :- - الجمهور الداخلي - الجمهور الخارجي |
| | | | ٢٢- تعمل ادارة التسويق على جمع المعلومات والبيانات لتطبيق البحوث التسويقية . |
| | | | ٢٣- وظيفة التخطيط تلعب دور هام في تطوير عمل ادارة التسويق |
| | | | ٢٤- وظيفة الدعاية والاعلان جزء مهم من ادارة التسويق . |

المحور الثالث - التوصيف الوظيفي للعاملين داخل ادارة التسويق

| لا | الى حد ما | نعم | العبارات |
|----|-----------|-----|---|
| | | | (أ) مدير اداره التسويق |
| | | | اولا : الوصف العام: |
| | | | ٢٥- تقع هذه الوظيفة علي رأس الهيكل الاداري باداره التسويق |
| | | | ٢٦- تختص هذه الوظيفة بالاشراف والمراجعة والتوجيه والتنسيق لكافه الاعمال المتعلقة بعمليات التسويق والاستثمار بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٢٧- يعمل شاغل الوظيفة تحت اشراف رئيس جهاز تشغيل مدينه البصره الرياضيه |
| | | | ثانيا : الواجبات والمسئوليات: |
| | | | ٢٨- الاشراف علي القطاعات التنظيميه التابعه له |
| | | | ٢٩- المساهمه في وضع السياسه العامه لاداره التسويق بمدينة البصره الرياضيه بحيث تسير مع اتجاهات التسويق والاستثمار بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٣٠- وضع ميزانيه اداره التسويق والتخطيط الاستراتيجي للاداره |
| | | | ٣١- الاشراف علي تنفيذ البرامج والانشطه التي تنفذها اداره التسويق وتدعيمها بالامكانيات الماديه والبشريه اللازمه |
| | | | ٣٢- وضع خطة التسويق بالاشتراف مع رؤساء الاقسام بالاداره التسويقية |
| | | | ٣٣- عمل برامج تدريبية وادخال الموظفين دورات تطويرية لزيادة قدراتهم وتوعيتهم |
| | | | ٣٤- البحث الدائم عن المستفيدين الجدد واقامة علاقات متينه معهم |
| | | | ٣٥- تاسيس قاعده بيانات عن الاسواق المستهدفة والمنافسين والمناطق الجغرافيه |
| | | | ٣٦- مسؤول عن تسويق الخدمات والمنشآت للسوق المستهدف . |
| | | | ثالثا : شروط شغل الوظيفة: |
| | | | ٣٧- المؤهل الدراسي: |
| | | | أ - بكالوريوس تجارة تخصص إدارة أعمال . |
| | | | ب - بكالوريوس تربية رياضية . |
| | | | ج - ماجستير أو دكتوراه في التسويق . |
| | | | ث - ماجستير أو دكتوراه في التسويق الرياضي |
| | | | ٣٨- ان يتمتع بصفات القيادة |
| | | | ٣٩ - ان يتمتع بصفات المتابعة والاشراف والتوجيه |
| | | | ٤٠ - ان يتمتع بصفات مواجهة كافة المواقف واتخاذ القرارات |
| | | | ٤١- ان يكون حاصل علي برامج تدريبية في اداره الموارد البشرية |
| | | | ٤٢- ان يكون حاصل على برامج تدريبية في ادارة الوقت |
| | | | ٤٣- ان يكون حاصل على برامج تدريبية في ادارة الازمات والاجتماعات وغيرها |
| | | | ٤٤- ان تكون لديه خبرات عمل في اداره المنشآت الرياضية لا تقل عن ٥ سنوات |
| | | | رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والانشطه والخدمات: |
| | | | اولا: الوصف العام: |
| | | | ٤٥- تقع هذه الوظيفة علي رأس قسم بحوث التسويق الرياضي والانشطه والخدمات |
| | | | ٤٦- تختص هذه الوظيفة بالاشراف علي بحوث التسويق الرياضي والانشطه والخدمات بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ثانيا : الواجبات والمسئوليات: |
| | | | ٤٧- يعمل شاغل الوظيفة تحت اشراف مدير اداره التسويق |
| | | | ٤٨- الاشراف علي العاملين التابعين له وتوجيههم في اعمالهم |
| | | | ٤٩- الاشراف في اللجان التي ينتدب في عضويتها وحضور الاجتماعات التي تشمل مجال عمله |

| لا | الى حد ما | نعم | العبارات |
|----|-----------|-----|---|
| | | | ٥٠- اعداد مشروع ميزانيه بحوث التسويق والانشطه والخدمات والاشترك في اعداد مشروع الميزانيه العامه لاداره التسويق |
| | | | ٥١- ترشيح الخبراء الذين تستدعي حاجه العمل لندبهم للقيام ببعض اعمال بحوث التسويق الرياضي والانشطه والخدمات التي يشرف عليها |
| | | | ٥٢- تنظيم الاجتماعات الدوريه مع العاملين لتنظيم وتبادل الاراء وحل المشاكل ومتابعه العمل فنيا واداريا . |
| | | | ثالثا: شروط شغل الوظيفة: |
| | | | ٥٣- المؤهل الدراسي: أ - بكالوريوس تربيه رياضيه (تخصص اداره رياضيه) ب- بكالوريوس تربية رياضية وحاصل على دورات في الادارة الرياضية او التسويق ج- بكالوريوس تجارة |
| | | | ٥٤- حاصل علي دراسات عليا ماجستير او دكتوراه بالتسويق |
| | | | رئيس قسم بحوث المبيعات |
| | | | اولا : الوصف العام: |
| | | | ٥٥- تقع هذه الوظيفة علي رأس قسم بحوث المبيعات بمدينة البصره الرياضييه |
| | | | ٥٦- تختص هذه الوظيفة بالاشراف علي اعمال بحوث المبيعات وجمع المعلومات |
| | | | ثانيا : الواجبات والمسئوليات: |
| | | | ٥٧- يعمل شاغل الوظيفة تحت التوجيه العام لمدير اداره التسويق بمدينة البصره الرياضييه |
| | | | ٥٨- الاشراف علي اعمال العاملين بقسم بحوث المبيعات بمدينة البصره الرياضييه |
| | | | ٥٩- اعداد مشروع ميزانيه قسم بحوث المبيعات والاشترك في اعداد مشروع الميزانيه العامه لاداره التسويق بمدينة البصره الرياضييه |
| | | | ٦٠- مسؤول عن تخطيط وتنظيم النشاط البيعي والرقابة والتقييم |
| | | | ٦١- مسؤول عن تحديد احتياجات القسم من الموارد البشرية ومؤهلاتهم العلمية . |
| | | | ٦٢- المشاركة بوضع الاهداف ورسم السياسات الخاصة بالاسعار والتوزيع والترويج والاتصال مع الاسواق المستهدفة |
| | | | ٦٣-تنسيق الانشطة البيعية مع الاقسام الاخرى |
| | | | ٦٤- تحديد احتياجات موظفي القسم من تدريب ونوع التدريب المطلوب لكل فرد |
| | | | ٦٥- تنظيم الاجتماعات الدوريه مع العاملين لتنظيم وتبادل الاراء وحل المشاكل ومتابعه العمل فنيا واداريا |
| | | | ثالثا: شروط شغل الوظيفة: |
| | | | ٦٦- المؤهل الدراسي : أ- بكالوريوس تربيه رياضيه (تخصص اداره رياضيه) ب- بكالوريوس تجارة |
| | | | ٦٧- حاصل علي دراسات عليا في التسويق الرياضي وبحوث المبيعات |
| | | | ٦٨- حاصل علي برامج تدريبيه او دورات مؤهلة في التسويق الرياضي وبحوث المبيعات . |
| | | | ٦٩-يمتلك من الخبرة العملية مالا يقل عن ٥ سنوات |
| | | | ٧٠- ان يتمتع بالمقومات الشخصيه والسمعه الطيبه والتاريخ المشرف |
| | | | ٧١- القدرة على القيادة وتحفيز العاملين |
| | | | ٧٢- القدرة على اعداد التقارير الدوريه والسنووية ومعرفة ممتازة باللغة العربية |
| | | | ٧٣-يمتلك مهارات اتصال عالية . |

| لا | الى حد ما | نعم | العبارات |
|----|-----------|-----|---|
| | | | اولا : الوصف العام: |
| | | | ٧٤- تقع هذه الوظيفة علي رأس قسم الترويج والاعلان بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٧٥- تختص هذه الوظيفة بجميع عمليات الترويج والاعلان بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ثانيا : الواجبات والمسئوليات: |
| | | | ٧٦- يعمل شاغل الوظيفة تحت اشراف مدير اداره التسويق بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٧٧- الاشراف علي العاملين التابعين له وتوجيههم في اعمالهم |
| | | | ٧٨- اعداد مشروع ميزانيه الترويج والاعلان والاشترك في اعداد الميزانيه العامه لاداره التسويق والاتصال بالوكالات |
| | | | ٧٩-الاتصال بالشركات الخارجيه لتنفيذ الحملات الاعلانيه |
| | | | ٨٠- الاشراف علي عمليات الترويج والاعلان بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٨١- تزويد الادارة بالتقارير المطلوبه عن المستفيدين |
| | | | ٨٢-تنفيذ معايير الترويج حسب ما مخطط لها |
| | | | ثالثا : شروط شغل الوظيفة: |
| | | | ٨٣- المؤهل الدراسي: |
| | | | أ – ماجستير في الادارة الرياضية (التسويق الرياضى) |
| | | | ب – بكالوريوس تجارة (شعبة إدارة أعمال) . |
| | | | ج – بكالوريوس إعلام . |
| | | | ٨٤- حاصل علي برامج تدريبيه مؤهله في مجال الترويج والاعلان |
| | | | ٨٥- ان يكون لديه خبرات سابقه للعمل في هذا المجال لا تقل عن ٥ سنوات |
| | | | ٥- رئيس قسم التخطيط: |
| | | | اولا : الوصف العام : |
| | | | ٨٦- تقع هذه الوظيفة علي رأس قسم التخطيط باداره التسويق بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٨٧- تختص هذه الوظيفة بجميع عمليات التخطيط باداره التسويق بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ثانيا : الواجبات والمسئوليات: |
| | | | ٨٨- يعمل شاغل الوظيفة تحت اشراف مدير اداره التسويق بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٨٩- الاشراف علي العاملين التابعين له وتوجيههم في اعمالهم |
| | | | ٩٠- وضع الاهداف التسويقية بما يكفل تحقيق ارباح ملائمة |
| | | | ٩١- بحث وتحليل مختلف العوامل الماليه والتكنولوجية والجغرافية بهدف الحصول على فرص تسويقية وتقليل حدة المنافسة لادنى حد |
| | | | ثالثا : شروط شغل الوظيفة: |
| | | | ٩٢- المؤهل الدراسي: |
| | | | أ-بكالوريوس تربيته رياضيه (اداره رياضيه) |
| | | | ب-بكالوريوس تجاره (اداره اعمال) |
| | | | ج- حاصل علي ماجستير في مجال التخطيط الرياضي |
| | | | د-حاصل على ماجستير في التخطيط التسويقي |
| | | | ٩٣- الالمام بمعلومات عن ظروف المنظمه الداخليه وامكانياتها الانتاجيه |
| | | | ٩٤- ان يكون لديه خبرات سابقه للعمل في هذا المجال |
| | | | ٩٥- ان يتمتع بقراءه جيده للسوق والتغيرات التي قد تحصل |
| | | | ٩٦- ان يتمتع بصفات القيادة والمتابعة |

المحور الرابع - المزيج التسويقي

| لا | الى حد ما | نعم | العبارات |
|----|-----------|-----|---|
| | | | (أ) - الخدمات |
| | | | ٩٧- تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بدراسة وتحديد طبيعة ورغبات المستفيد الرياضي وذلك لرسم السياسات التسويقية |
| | | | ٩٨- تطبق ادارته التسويق بمدينة البصرة الرياضية في الخدمة الرياضية معايير ومواصفات الجودة |
| | | | ٩٩- تعتمد ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية سياسة التوسع في حاله الطلب المتزايد علي الخدمة الرياضية |
| | | | ١٠٠- تضع ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية في اعتبارها الوصول الي الاسواق المختلفة للخدمة الرياضية |
| | | | ١٠١- تهتم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بدراسة مواصفات وطبيعة الخدمة المقدمة |
| | | | ١٠٢- تقوم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بتقديم الخدمة الرياضية بما يجذب انتباه المستفيدين الرياضيين |
| | | | ١٠٣- تحدد ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية نوع الخدمة المقدمة بناء علي دراسة المستفيدين الرياضيين |
| | | | ١٠٤- تحدد ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية طرق ووسائل الرقابة علي الخدمات الرياضية المقدمة |
| | | | ب - التسعير |
| | | | ١٠٥- تهتم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بوجهه نظر المستفيد الرياضي في تسعير الخدمة الرياضية |
| | | | ١٠٦- تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية في تسعير الخدمات الرياضية بما يتماشى مع جميع طبقات المجتمع |
| | | | ١٠٧- تضع ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية اسس يعتمد عليها المستفيد الرياضي في تحديد السياسة التسعيرية للخدمات الرياضية |
| | | | ١٠٨- تقوم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بوضع اسعار الخدمات الرياضية دون تدخل من اي طرف خارجي |
| | | | ١٠٩- تقوم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بعمل دراسات تسعيريه مع مراكز متخصصة عن الخدمة الرياضية |
| | | | ١١٠- تضع ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية سعر الخدمة الرياضية معبرا عن المستوي الحقيقي للخدمة الرياضية |
| | | | ١١١- تضع ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية السعر تبعا لأنواع الخمة المقدمة ب- طبيعة الخدمة المقدمة |
| | | | ١١٢- تضع ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية سعر الخدمة الرياضية بما يتناسب مع المستفيد الرياضي |
| | | | ١١٣- تضمن ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية استمراريه الخدمة الرياضية عن طريق وضع السعر المناسب |
| | | | ١١٤- تحدد ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية سعر الخدمة الرياضية دون الارتباط باسعار الخدمات التي يقدمها المنافسين . |
| | | | ج - الترويج |
| | | | ١١٥- تقوم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بمراعاة جميع عناصر المزيج الترويجي |
| | | | ١١٦- تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية باختبار الوسيلة الترويجية الانسب بناء على السوق المستهدفة |

| لا | الى حد ما | نعم | العبارات |
|----|-----------|-----|--|
| | | | ١١٧-تعمل ادارة التسويق على اقتناع الادارة العليا بالدور الهام الذي يلعبه الترويج |
| | | | ١١٨- تقوم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بتخصيص موازنه ترويجه للخدمات الرياضية |
| | | | ١١٩- تعمل ادارة التسويق على ايجاد توازن بين عناصر المزيج الترويجي |
| | | | ١٢٠- تستعين ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بوكلاء او مكاتب متخصصة للوصول الي المستفيد من الخدمة الرياضية |
| | | | ١٢١- تضع ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية الحملات الترويجية للخدمات الرياضية |
| | | | ١٢٢- تدرس ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضي العوامل المؤثرة في اقبال المستفيد علي الخدمة الرياضية |
| | | | ١٢٣- تضع ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضي الاعلان المناسب لتشجيع الاقبال علي الخدمة الرياضية |
| | | | ١٢٤- تحدد ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية نوع الرسالة الاعلانية الموجهة للمستفيد الرياضي عن الخدمة الرياضية |
| | | | ١٢٥- تقوم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بالترويج للخدمة الرياضية من خلال وسائل الاعلام الاكثر تغطيه وانتشار |
| | | | ١٢٦-تقوم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بعمل دورات مستمرة لتنمية مهارات الترويج للخدمات الرياضية لدي العاملين بقسم الترويج |
| | | | ١٢٧- تركز ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية علي المنافع التي ستعود علي المستفيد من الخدمة الرياضية |
| | | | ١٢٨- تحدد ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية مواعيد بداية ونهاية الحملة الترويجية للخدمة |
| | | | التوزيع |
| | | | ١٢٩-تعتمد ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية علي التوزيع المباشر في عمليه توزيع الخدمة الرياضية |
| | | | ١٣٠- تضع ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية سياسة تقلل من الجهد والوقت |
| | | | ١٣١- تقوم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بوضع سياسات لتوزيع الخدمات بجميع انحاء العراق |
| | | | ١٣٢- تستعين ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بوكلاء من الخارج لتوزيع الخدمة الرياضية خارج البلد |
| | | | ١٣٣- تركز ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية علي جاذبيه الخدمة الرياضية الموزعة واستقطابها للمستفيد الرياضي |
| | | | ١٣٤-تستخدم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية الوسائل التكنولوجية في توزيع الخدمة الرياضية |
| | | | ١٣٥- تعمل ادارة التسويق على زيادة عدد المنافذ الموزعة للخدمات ولتذاكر المباريات والحفلات وغيرها من الخدمات المقدمة من المدينة |
| | | | ١٣٦- تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة بدراسات دورية عن المنافذ المنتشرة الخاصة بالتوزيع |

مرفق رقم (٣)

الاستمارة بعد التعديل

مرفق رقم (٣)

| المحور الأول: أهداف إدارة التسويق | | | |
|--|-----------|-----|--|
| لا | الى حد ما | نعم | العبارات |
| | | | ١- توفير مصادر تمويل لتنمية موارد مدينة البصرة الرياضية |
| | | | ٢- توفير الدعم المادي الذاتي لمنشآت مدينة البصرة الرياضية |
| | | | ٣- تحسين كفاءة وفعالية استخدام الموارد المادية المتاحة |
| | | | ٤- تطوير وتحديث النظم التكنولوجية ووسائل الاتصال داخل وخارج المدينة |
| | | | ٥- خلق فرص تسويقية لمدينة البصرة الرياضية |
| | | | ٦- مساعدة ادارة مدينة البصرة الرياضية على تحقيق اهدافها |
| | | | ٧- الاعلان عن الخدمات التي تقدمها مدينة البصرة الرياضية |
| | | | ٨- امداد المستفيدين بخدمات ذات جودة عالية |
| | | | ٩- تطوير وتنمية الكوادر البشرية العاملة بإدارة التسويق |
| المحور الثاني الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق | | | |
| | | | ١٠- المستوى الإداري الملانم لإدارة التسويق |
| | | | - ادارة عامة |
| | | | - قسم |
| | | | ١١- ترى ضرورة ان يكون لإدارة التسويق ثلاث مستويات ادارية وهي |
| | | | - ادارة عليا (مدير إدارة التسويق) |
| | | | - ادارة وسطى (مدراء الأقسام في الإدارة) |
| | | | - ادارة تنفيذية (العاملين في أقسام الإدارة) |
| | | | ١٢- ترى ان تكون إدارة التسويق اقرب بموقعها في الهيكل التنظيمي الى : |
| | | | - الادارة العليا لمدينة البصرة الرياضية |
| | | | - الادارة الوسطى لمدينة البصرة الرياضية |
| | | | ١٣- إدارة بحوث التسويق جزء مهم في تطوير عمل ادارة التسويق |
| | | | ١٤- التخطيط يلعب دور مهم بأدارة التسويق |
| | | | ١٥- الترويج والاعلان جزء مهم من ادارة التسويق |
| | | | ١٦- تعمل ادارة التسويق على جمع المعلومات لتطبيق بحوث التسويق |
| | | | ١٧- ترى من اهتمامات ادارة التسويق تحقيق الرضا لكل من |
| | | | - الجمهور الداخلي |
| | | | - الجمهور الخارجي |
| | | | ١٨- ترى ضرورة ان تكون إدارة التسويق الرياضي مسؤولة عن |
| | | | - المنشآت الرياضية . |
| | | | - المنشآت غير الرياضية (مول تجاري /مدينة العاب وبرج ترفيهي /فندق ٥ نجوم/ ٨ عمارات لسكن الوفود الرياضية) |
| | | | - الخدمات |
| | | | - الأنشطة الرياضية |
| المحور الثالث التوصيف الوظيفي للعاملين داخل ادارة التسويق | | | |
| | | | (أ) مدير ادارة التسويق |
| | | | اولا : الوصف العام: |
| | | | ١٩- تقع هذه الوظيفة علي رأس الهيكل الإداري بإداره التسويق |
| | | | ٢٠- تختص هذه الوظيفة بالإشراف والمراجعة والتوجيه والتنسيق لكافة الاعمال المتعلقة بعمليات التسويق والاستثمار بمدينه البصره الرياضيه |
| | | | ٢١- يعمل شاغل الوظيفة تحت اشراف رئيس جهاز تشغيل مدينه البصره الرياضيه |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | ثانيا : الواجبات والمسئوليات : |
| | | | ٢٢-الإشراف علي القطاعات التنظيمية التابعة له |
| | | | ٢٣-المساهمة في وضع السياسة العامة لإداره التسويق بمدينة البصره الرياضيه بحيث تسير مع اتجاهات واهداف مدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٢٤- يشارك بوضع ميزانيه اداره التسويق والتخطيط الاستراتيجي للإدارة |
| | | | ٢٥-الإشراف علي تنفيذ البرامج والانشطه التي تنفذها اداره التسويق وتدعيمها بالامكانيات الماديه والبشريه اللازمه |
| | | | ٢٦- المشاركة بوضع خطة التسويق بالاشتراك مع رؤساء الأقسام بالإدارة التسويقية |
| | | | ٢٧- مسؤول عن متابعة وتنفيذ البرامج التدريبية |
| | | | ٢٨-البحث الدائم عن المستفيدين الجدد واقامة علاقات متينة معهم |
| | | | ٢٩- متابعة لقاعدة البيانات عن الاسواق المستهدفة والمنافسين والمناطق الجغرافية |
| | | | ٣٠- يشارك بوضع الخطة التسويقية للخدمات والمنشآت للسوق المستهدف |
| | | | ثالثا : شروط شغل الوظيفة: |
| | | | ٣١-المؤهل الدراسي: |
| | | | أ - بكالوريوس تجارة تخصص إدارة أعمال . |
| | | | ب - بكالوريوس تربية رياضية . |
| | | | ج - ماجستير أو دكتوراه في التسويق . |
| | | | ث - ماجستير أو دكتوراه في التسويق الرياضي |
| | | | ٣٢- ان يتمتع بصفات القيادة |
| | | | ٣٣ - ان يتمتع بصفات المتابعة والإشراف والتوجيه |
| | | | ٣٤ - ان يتمتع بصفات مواجهة كافة المواقف واتخاذ القرارات |
| | | | ٣٥ - ان يكون حاصل علي برامج تدريبية في اداره الموارد البشرية |
| | | | ٣٦ - ان يكون حاصل علي برامج تدريبية في ادارة الوقت |
| | | | ٣٧ - ان يكون حاصل علي برامج تدريبية في ادارة الازمات والاجتماعات وغيرها |
| | | | ٣٨- ان تكون لديه خبرات عمل في اداره المنشآت الرياضية لا تقل عن ٥ سنوات |
| | | | <u>رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والانشطه والخدمات:</u> |
| | | | اولا: الوصف العام: |
| | | | ٣٩- تقع هذه الوظيفة علي رأس قسم بحوث التسويق الرياضي والانشطه والخدمات |
| | | | ٤٠- تختص هذه الوظيفة بالإشراف علي بحوث التسويق الرياضي والانشطه والخدمات بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ثانيا : الواجبات والمسئوليات : |
| | | | ٤١- يعمل شاغل الوظيفة تحت اشراف مدير اداره التسويق |
| | | | ٤٢- الإشراف علي العاملين التابعين له وتوجيههم في اعمالهم |
| | | | ٤٣- الاشتراك في اللجان التي ينتدب في عضويتها وحضور الاجتماعات التي تشمل مجال عمله |
| | | | ٤٤- المشاركة في اعداد مشروع ميزانيه بحوث التسويق والانشطه والخدمات والاشتراك في اعداد مشروع الميزانيه العامه لإداره التسويق |
| | | | ٤٦- تنظيم الاجتماعات الدوريه مع العاملين لتنظيم وتبادل الاراء وحل المشاكل ومتابعه العمل فنيا واداريا . |
| | | | ثالثا: شروط شغل الوظيفة: |
| | | | ٤٧- المؤهل الدراسي: |
| | | | أ - بكالوريوس تربية رياضية (تخصص اداره رياضيه) |
| | | | ب- بكالوريوس تربية رياضية وحاصل على دورات في الادارة الرياضية او التسويق |
| | | | ج- بكالوريوس تجارة |
| | | | ٤٨- حاصل علي دراسات عليا ماجستير او دكتوراه بالتسويق |
| | | | <u>رئيس قسم بحوث المبيعات</u> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | اولا : الوصف العام: |
| | | | ٤٩- تقع هذه الوظيفة علي رأس قسم بحوث المبيعات بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٥٠- تختص هذه الوظيفة بالاشراف علي اعمال بحوث المبيعات وجمع المعلومات |
| | | | ثانيا : الواجبات والمسئوليات: |
| | | | ٥١- يعمل شاغل الوظيفة تحت التوجيه العام لمدير اداره التسويق بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٥٢- الاشراف علي اعمال العاملين بقسم بحوث المبيعات بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٥٣- المشاركة في اعداد مشروع ميزانيه قسم بحوث المبيعات والاشترك في اعداد مشروع الميزانيه العامه لاداره التسويق |
| | | | ٥٤- مسؤول عن متابعة وتقييم الخطة التسويقية |
| | | | ٥٥- مسؤول عن تحديد احتياجات القسم من الموارد البشرية ومؤهلاتهم العلمية . |
| | | | ٥٦- المشاركة بوضع الاهداف ورسم السياسات الخاصة بالاسعار والتوزيع والترويج والاتصال مع الاسواق المستهدفة |
| | | | ٥٧-تنسيق الانشطة البيعية مع الاقسام الاخرى |
| | | | ٥٨-تحديد احتياجات موظفي القسم من تدريب ونوع التدريب المطلوب لكل فرد |
| | | | ٥٩- تنظيم الاجتماعات الدورية مع العاملين لتنظيم وتبادل الاراء وحل المشاكل ومتابعه العمل فنيا واداريا |
| | | | ثالثا: شروط شغل الوظيفة: |
| | | | ٦٠- المؤهل الدراسي : |
| | | | أ- بكالوريوس تربيه رياضيه (تخصص اداره رياضيه) |
| | | | ب- بكالوريوس تجارة |
| | | | ٦١- حاصل علي دراسات عليا في التسويق الرياضي وبحوث المبيعات |
| | | | ٦٢- حاصل علي برامج تدريبيه او دورات مؤهلة في التسويق الرياضي وبحوث المبيعات . |
| | | | ٦٣- يمتلك من الخبرة العملية ما لا يقل عن ٥ سنوات |
| | | | ٦٤- ان يتمتع بالمقومات الشخصيه والسمعه الطيبه والتاريخ المشرف |
| | | | ٦٥- القدرة على القيادة وتحفيز العاملين |
| | | | ٦٦- القدرة على اعداد التقارير الدورية والسنوية ومعرفة ممتازة باللغة العربية |
| | | | ٦٧- يمتلك مهارات اتصال عالية . |
| | | | <u>رئيس قسم الترويج والاعلان</u> |
| | | | اولا : الوصف العام: |
| | | | ٦٨- تقع هذه الوظيفة علي رأس قسم الترويج والاعلان بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٦٩- تختص هذه الوظيفة بجميع عمليات الترويج والاعلان بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ثانيا : الواجبات والمسئوليات: |
| | | | ٧٠- يعمل شاغل الوظيفة تحت اشراف مدير اداره التسويق بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٧١- الاشراف علي العاملين التابعين له وتوجيههم في اعمالهم |
| | | | ٧٢- المشاركة في اعداد مشروع ميزانيه الترويج والاعلان والاشترك في اعداد الميزانيه العامه لاداره التسويق |
| | | | ٧٣- الاتصال بالشركات الخارجيه لتنفيذ الحملات الاعلانية |
| | | | ٧٤- الاشراف علي عمليات الترويج والاعلان بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٧٥- تزويد الادارة بالتقارير المطلوبة عن المستفيدين |
| | | | ٧٦- تنفيذ معايير الترويج حسب ما مخطط لها |
| | | | ثالثا : شروط شغل الوظيفة: |
| | | | ٧٧- المؤهل الدراسي: |
| | | | أ - ماجستير في الادارة الرياضية (التسويق الرياضي) |
| | | | ب - بكالوريوس تجارة (شعبة إدارة أعمال) . |
| | | | ج - بكالوريوس إعلام . |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | ٧٨- حاصل علي برامج تدريبيه مؤهله في مجال التويج والاعلان |
| | | | ٧٩- ان يكون لديه خبرات سابقه للعمل في هذا المجال لاتقل عن ٥ سنوات |
| | | | ٥- رئيس قسم التخطيط: |
| | | | اولا : الوصف العام : |
| | | | ٨٠- تقع هذه الوظيفة علي رأس قسم التخطيط باداره التسويق بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٨١- تختص هذه الوظيفة بجميع عمليات التخطيط باداره التسويق بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ثانيا : الواجبات والمسئوليات: |
| | | | ٨٢- يعمل شاغل الوظيفة تحت اشراف مدير اداره التسويق بمدينة البصره الرياضيه |
| | | | ٨٣- الاشراف علي العاملين التابعين له وتوجيههم في اعمالهم |
| | | | ٨٤- وضع الاهداف التسويقية بما يكفل تحقيق ارباح ملائمة |
| | | | ٨٥- المشاركة بوضع الرؤية المستقبلية لادارة التسويق |
| | | | ٨٦- المشاركة بوضع الرسالة الخاصة بادارة التسويق |
| | | | ٨٧- المشاركة بتحديد الاستراتيجية التسويقية |
| | | | ٨٨- المشاركة بوضع أنشطة ادارة التسويق |
| | | | ٨٩- المشاركة بوضع ميزانية ادارة التسويق |
| | | | ٩٠- تحديد المدة الزمنية لتنفيذ الخطة التسويقية |
| | | | ٩١- بحث وتحليل مختلف العوامل المالية والتكنولوجية والجغرافية بهدف الحصول على فرص تسويقية وتقليل حدة المنافسة لادنى حد |
| | | | ثالثا : شروط شغل الوظيفة: |
| | | | ٩٢- المؤهل الدراسي: |
| | | | أ-بكالوريوس تربيه رياضيه (اداره رياضيه) |
| | | | ب-بكالوريوس تجاره (اداره اعمال) |
| | | | ج- حاصل علي ماجستير في مجال التخطيط الرياضي |
| | | | د-حاصل علي ماجستير في التخطيط التسويقي |
| | | | ٩٣- الالمام بمعلومات عن ظروف المنظمه الداخليه وامكانياتها الانتاجيه |
| | | | ٩٤- ان يكون لديه خبرات سابقه للعمل في هذا المجال |
| | | | ٩٥- ان يتمتع بقراءة جيده للسوق والتغيرات التي قد تحصل |
| | | | ٩٦- ان يتمتع بصفات القيادة والمتابعة |
| | | | المحور الرابع المزيج التسويقي |
| | | | (١) - الخدمات |
| | | | ٩٧- تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بدراسة وتحديد طبيعة ورغبات المستفيد الرياضي وذلك لرسم السياسات التسويقية |
| | | | ٩٨- تطبق اداره التسويق بمدينة البصرة الرياضية في الخدمة الرياضية معايير ومواصفات الجودة |
| | | | ٩٩- تعتمد ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية سياسة التوسع في حاله الطلب المتزايد علي الخدمة الرياضية |
| | | | ١٠٠- تضع اداره التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية في اعتبارها الوصول الي الاسواق المختلفة للخدمة الرياضية |
| | | | ١٠١- تهتم اداره التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بدراسة مواصفات وطبيعة الخدمة المقدمة |
| | | | ١٠٢- تقوم اداره التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بتقديم الخدمة الرياضية بما يجذب انتباه المستفيدين الرياضيين |
| | | | ١٠٣- تحدد اداره التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية نوع الخدمة المقدمة بناء علي دراسة المستفيدين الرياضيين |
| | | | ١٠٤- تحدد اداره التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية طرق ووسائل الرقابة علي الخدمات الرياضية المقدمة |
| | | | ب - التسعير |
| | | | ١٠٥- تهتم اداره التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بوجهه نظر المستفيد الرياضي في تسعير الخدمة الرياضية |

| | | |
|--|--|--|
| | | ١٠٦ - تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية في تسعير الخدمات الرياضية بما يتماشى مع جميع طبقات المجتمع |
| | | ١٠٧ - تضع ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية اسس يعتمد عليها المستفيد الرياضي في تحديد السياسة التسعيرية للخدمات الرياضية |
| | | ١٠٨ - تقوم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بوضع اسعار الخدمات الرياضية دون تدخل من اي طرف خارجي |
| | | ١٠٩ - تقوم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بعمل دراسات تسعيريه مع مراكز متخصصة عن الخدمة الرياضية |
| | | ١١٠ - تضع ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية سعر الخدمة الرياضية معبرا عن المستوي الحقيقي للخدمة الرياضية |
| | | ١١١ - تضع ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية السعر تبعا |
| | | أنواع الخمة المقدمة |
| | | ب- طبيعة الخدمة المقدمة |
| | | ١١٢ - تضع ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية سعر الخدمة الرياضية بما يتناسب مع المستفيد الرياضي |
| | | ١١٣ - تضمن ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية استمراريه الخدمة الرياضية عن طريق وضع السعر المناسب |
| | | ١١٤ - تحدد ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية سعر الخدمة الرياضية دون الارتباط باسعار الخدمات التي يقدمها المنافسين . |
| | | ج - الترويج |
| | | ١١٥ - تقوم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بمراعاة جميع عناصر المزيج الترويجي |
| | | ١١٦ - تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية باختبار الوسيلة الترويجية الانسب بناء على السوق المستهدفة |
| | | ١١٧ - تعمل ادارة التسويق على اقناع الادارة العليا بالدور الهام الذي يلعبه الترويج |
| | | ١١٨ - تقوم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بتخصيص موازنه ترويجيه للخدمات الرياضية |
| | | ١١٩ - تعمل ادارة التسويق على ايجاد توازن بين عناصر المزيج الترويجي |
| | | ١٢٠ - تستعين ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بوكلاء او مكاتب متخصصة للوصول الي المستفيد من الخدمة الرياضية |
| | | ١٢١ - تضع ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية الحملات الترويجية للخدمات الرياضية |
| | | ١٢٢ - تدرس ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية العوامل المؤثرة في اقبال المستفيد علي الخدمة الرياضية |
| | | ١٢٣ - تضع ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية الاعلان المناسب لتشجيع الاقبال علي الخدمة الرياضية |
| | | ١٢٤ - تحدد ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية نوع الرسالة الاعلانية الموجهة للمستفيد الرياضي عن الخدمة الرياضية |
| | | ١٢٥ - تقوم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بالترويج للخدمة الرياضية من خلال وسائل الاعلام الاكثر تغطيه وانتشار |
| | | ١٢٦ - تقوم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بعمل دورات مستمرة لتنمية مهارات الترويج للخدمات الرياضية لدي العاملين بقسم الترويج |
| | | ١٢٧ - تركز ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية علي المنافع التي ستعود علي المستفيد من الخدمة الرياضية |
| | | ١٢٨ - تحدد ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية مواعيد بداية ونهائه الحملة الترويجية للخدمة |
| | | (د) التوزيع |
| | | ١٢٩ - تعتمد ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية علي التوزيع المباشر في عمليه توزيع الخدمة الرياضية |
| | | ١٣٠ - تضع ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية سياسة تقلل من الجهد والوقت |
| | | ١٣١ - تقوم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بوضع سياسات لتوزيع الخدمات بجميع انحاء العراق |
| | | ١٣٢ - تستعين ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بوكلاء من الخارج لتوزيع الخدمة الرياضية خارج البلد |
| | | ١٣٣ - تركز ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية علي جاذبيه الخدمة الرياضية الموزعة واستقطابها للمستفيد الرياضي |
| | | ١٣٤ - تستخدم ادارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية الوسائل التكنولوجية في توزيع الخدمة |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | الرياضية |
| | | | ١٣٥ - تعمل ادارة التسويق على زيادة عدد المنافذ الموزعة للخدمات ولتذاكر المباريات والحفلات وغيرها من الخدمات المقدمة من المدينة |
| | | | ١٣٦ - تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة بدراسات دورية عن المنافذ المنتشرة الخاصة بالتوزيع |
| | | | المحور الخامس اساليب التسويق |
| | | | الدعاية والاعلان : |
| | | | ١٣٧ - الاعلان على اسوار المدينة التي تمتد الى مسافات كبيرة وذات مساحات اعلانية جيدة |
| | | | ١٣٨ - ارضيات الملاعب والقاعات الرياضية |
| | | | ١٣٩ - جانبي لوحات نتاج المباريات بقاعاتها وملاعبها المختلفة . |
| | | | ١٤٠ - الاعلان على الشمسيات المنتشرة بالمدينة وبالخصوص بالساحات الخضراء حيث يكتب عليها اعلانات لشركات التي تقوم برعاية وتمويل انشطه المدينة |
| | | | ١٤١ - الاعلان داخل الكافيهات والكافتيريات والمطاعم الموجودة داخل مدينة البصرة الرياضية |
| | | | ١٤٢ - تقوم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية باعداد افلام فيديو عن ما هو موجود داخل المدينة وما تقدمه في خدمات |
| | | | ١٤٣ - تقوم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بعمل مؤتمرات صحفيه عن اهم مشروعات المدينة المستقبلية |
| | | | التسويق التلفزيوني |
| | | | ١٤٤ - تقوم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بعمل عقود خاصة بالتسويق التلفزيوني |
| | | | ١٤٥ - تقوم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية بوضع شروط خاصة بالتغطية التلفزيونية للبطولات الرياضية التي تقوم على ملاعبها وقاعاتها |
| | | | ١٤٦ - تعقد ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية اتفاقيات مع مؤسسات اعلاميه للاعلان علي رعاية ودعم البطولات الرياضييه الدولية والقارية التي تقام علي ارضها |
| | | | ١٤٧ - تقوم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية باعداد برامج تحت المستثمرين بالاسهام في دعم المدينة وتقويه بنيتها التحتية |
| | | | ١٤٨ - مراعاة الاعلان عن الخدمات الرياضية اثناء البث التلفزيون |
| | | | ١٤٩ - تقيم ادارته التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية الحفلات الفنية علي حدائقها بغرض جذب انظار المستثمرين |
| | | | التسويق الإلكتروني |
| | | | ١٥٠ - تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بالاعلان في مواقع الانترنت المجانية |
| | | | ١٥١ - تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بالاعلان عن طريق الجروبات والصفحات بالمواقع الرسمية |
| | | | ١٥٢ - تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بالاعلان عن طريق الصحف والمجلات الالكترونية |
| | | | ١٥٣ - تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بالاعلان عن طريق رسائل SMS |
| | | | ١٥٤ - تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بالاعلان عن طريق عمل صفحات على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك |
| | | | ١٥٥ - تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بانشاء موقع خاص بالمدينة يسهل للمتصفح معرفة ما موجود في المدينة |

مرفق رقم (٤)

الاستمارة الاستطلاعية

مرفق رقم (٤)
الأهمية النسبية لاستطلاع رأى بعض العاملين بمدينة البصرة الرياضية
ن = ١٣

| م | محتوى العبارة | نعم | | إلى حد ما | | لا | | الأهمية النسبية |
|---|---|---------|----------|-----------|----------|---------|----------|-----------------|
| | | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | التكرار | النسبة % | |
| ١ | هل يوجد هيكل تنظيمي لإدارة المدينة الحالية؟ | ٠ | ٠.٠٠٠ | ٠ | ٠.٠٠٠ | ١٣ | ١٠٠.٠٠٠ | ٠.٠٠٠ |
| ٢ | هل توجد إدارة تسويق بمدينة البصرة الرياضية؟ | ٠ | ٠.٠٠٠ | ٠ | ٠.٠٠٠ | ١٣ | ١٠٠.٠٠٠ | ٠.٠٠٠ |
| ٣ | هل لدى الإدارة العليا خطة لبحث احتياجات السوق الرياضي واستثمار المدينة من خلالها؟ | ١ | ٧.٦٩ | ٢ | ١٥.٣٨ | ١٠ | ٧٦.٩٢ | ١٥.٣٨ |

يتضح من المرفق السابق ما يلي :

- لا يوجد هيكل تنظيمي لمدينة البصرة الرياضية
- لا توجد ادارة تسويق بمدينة البصرة الرياضية
- لا توجد خطة مستقبلية لدى الادارة العليا للمدينة لدراسة احتياجات السوق الرياضي

مرفق رقم (٥)

منشآت مدينة البصرة الرياضية

مرفق رقم (٥)

منشآت مدينة البصرة الرياضية

- ملعب أولمبي سعة (٦٠ - ٦٥) ألف متفرج مع مضمار للاعب القوى ،
- ملاعب تدريبية عدد (٤) ملاعب مجاورة للملعب الرئيسي .
- قاعات رياضية متعددة الاغراض سعة (٥٠٠٠) متفرج عدد ٣ .
- مسبح أولمبي مغلق سعة (٥٠٠٠) متفرج .
- عمارات فندقية لسكن الرياضيين (٥) طوابق عدد ٨ .
- بناية الادارة العامة للمدينة مع الابنية الخدمية .
- فندق ٥ نجوم .
- أنشاء مدينة ألعاب بمساحة (١٥٠) دزيم توزع بها البحيرات والطرق والكازينوهات وفيها برج ترفيهي يشرف على المدينة الرياضية .
- أنشاء مكتبة مركزية الكترونية .
- أنشاء قاعات متعددة الاغراض .
- أنشاء قاعات خاصة بالنوونك .
- أنشاء قاعات خاصة بالسكواش .
- أنشاء مسابح ترفيهية .
- أنشاء قاعة رياضية لممارسة رياضة الجمناستك سعة ٣٠٠٠ متفرج .
- أنشاء قاعة رياضية لممارسة العاب الملاكمة والمصارعة والمبارزة سعة ٣٠٠٠ متفرج .
- أنشاء قاعة رياضية لممارسة العاب رفع الاثقال سعة ٢٠٠٠ متفرج .
- ساحات خارجية خاصة برياضة التنس عدد (٦) مغطاة بالتارتان .
- ملعب رياضى للعبة التنس مع مدرج يتسع لـ ١٠٠٠ متفرج .

- ساحات رياضية متعددة الاغراض مغطاة بالتارتان عدد (٨) .
- ساحات لالعاب كرة القدم الخماسى مغطاة بالتارتان عدد (٤) .
- ساحات رياضية للعبة كرة الطائرة الشاطئية عدد (٤) مع مدرج لحدى الساحات بحدود إستيعاب (١٠٠٠) متفرج .
- مركز صيانة تخصصى .
- مجمع سكنى خاص بالمواطنين العاملين بالمدينة الرياضية .
- أكاديمية أولمبية .
- بناية للطب الرياضى .
- بناية أذراء عامة للمدينة الرياضية .
- مسرح خاص صيفى وشتوى .
- مكان خاص لممارسة رياضة الطيران الشراعى .
- دائرة لاطفاء الحريق .
- قاعة لعقد المؤتمرات الصحفية والندوات .
- مهبط للطائرات المروحية .
- مول تجارى متعدد الطوابق مع متحف ومركز للانترنت ومكتبة الكترونية .
- بناية خاصة لمنظومة العرض الليزرية .

مرفق رقم (٦)

تسهيل المهمة



جامعة الاسكندرية
كلية التربية الرياضية للبنات
وكيل الكلية للدراسات العليا والبحوث

تسهيل مهمة

إلى وزارة الشباب والرياضة - إدارة مدينة البصرة الرياضية

إدارات الأندية الرياضية في محافظة بغداد والبصرة

بجمهورية العراق

نفيد سيادتكم علما بأن الدارس العراقي الجنسية :

عمر على طلال و يحمل جواز سفر رقم G 1541630

مقيد بالدراسات العليا بمرحلة الماجستير بقسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية بنات

جامعة الإسكندرية قد اجتاز جميع المقررات الخاصة ببرنامج التخصص الخاص به وقد سجل

موضوع بحثه بعنوان :

(إدارة تسويق مقترحة لمدينة البصرة الرياضية بالعراق)

برجاء تسهيل مهمة الدارس المذكور وذلك لجمع البيانات الخاصة بالبحث .

و تفضلوا بقبول فائق الاحترام ،،

وكيل الكلية للدراسات العليا و البحوث

ا.د / مها محمود شفيق عبيد

يعتمد ،،،

عميدة الكلية



٢٠٢١

٥٥ شارع مصطفى كامل - فلمنج - الاسكندرية تليفون: ٥٤٣٠٩١٧ - ٥٤٢٠٧٤٤ - فاكس: ٥٤٥٩٦٧٨

الملخص

اسم الباحث عمر علي طلال

عنوان بحث : ادارة تسويق مقترحة لمدينة البصرة الرياضية بالعراق

في ضوء التغيرات الاقتصادية الهامة التي يعيشها المجتمع العربي حاليا والتحول الذي يتم في الاقتصاد المركزي الى الاقتصاد الحر يلعب التسويق الرياضي دورا هاما في قضية التمويل الذاتي للرياضة الامر الذي يتطلب زيادة التركيز في اعداد الكوادر المتخصصة في مجال التسويق الرياضي ولن يتم ذلك الا من خلال التعرف على التسويق الرياضي ومفاهيمه والنظريات المختلفة التي اثرت تأثيرا فعالا على تطوير عمليات التسويق بشكل عام والتسويق الرياضي بشكل خاص .

وتعتبر مدينة البصرة الرياضية من اكبر المدن الرياضية في العراق وفي المنطقة لما تحويه من منشآت وكبير مساحتها وتميز موقعها الجغرافي حيث تقع في اكبر المحافظات العراقية اضافة الى قربها من المنفذ البحري للعراق والمنفذ الجوي وكذلك قربها من دولة الكويت الشقيقة ورغم كل هذه المميزات لمدينة البصرة الرياضية ، الا انها غير قادرة على مواردها الذاتية الحالية مع ضعف قدرتها على تنمية هذه الموارد هذا راجع الى حداتها في مجال التمويل الذاتي والتسويق في المجال الرياضي وعدم توافر الخبراء والمتخصصين في هذا المجال والذين يفهمون التعاملات التجارية مع الرعاية ورجال الاعمال بالاضافة الى عدم وجود الكوادر البشرية المدربة في مجال التسويق الرياضي هذا بالرغم ان مدينة البصرة الرياضية تمتلك العديد من المنشآت الرياضية التي اذا توفر الجهد التسويقي المناسب لها سترد على المدينة التمويل المناسب الذي يحقق الارتفاع بمستوى الانشطة الرياضية لذا وجب البحث عن مصادر تمويل افضل بواسطة ادارة تسويق داخل الهيكل التنظيمي لمدينة البصرة الرياضية لاستغلال الخدمات والمنشآت وتسويقها .

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى اقتراح إدارة تسويق لمدينة البصرة الرياضية بالعراق وذلك من خلال تحديد ما يلي .

- (٦) أهداف إدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية .
- (٧) الهيكل التنظيمي للإدارة التسويق لمدينة البصرة الرياضية .
- (٨) التوصيف الوظيفي للعاملين داخل ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية .
- (٩) المزيج التسويقي لمدينة البصرة الرياضية .
- (١٠) أساليب التسويق لمدينة البصرة الرياضية .

تساؤلات البحث:

- (٦) ما هي أهداف إدارة التسويق الرياضي بمدينة البصرة الرياضية ؟
- (٧) ما هو الهيكل التنظيمي للإدارة التسويق لمدينة البصرة الرياضية؟
- (٨) ما هو التوصيف الوظيفي للعاملين داخل ادارة التسويق؟
- (٩) ما هو المزيج التسويقي لمدينة البصرة الرياضية ؟
- (١٠) ماهي اساليب التسويق لمدينة البصرة الرياضية ؟

إجراءات البحث

أولاً : منهج البحث :

أستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي . حيث انه المنهج الذي يدرس ظاهرة موضوع البحث ويهتم بتصنيفها وتحليلها واستخلاص النتائج منه .

ثانياً : عينة البحث :

تم اختيار عينة عشوائية قوامها ١٢٢ فرد مكونة من خبراء ادارة رياضية وعددهم ٢٥ فرد وكادر الوزارة المتقدم وعددهم ٢٠ فرد ، واللجنة المشرفة على مدينة البصرة الرياضية وعددهم ١٣ فرد، ومدراء التسويق او من ينوب عنهم وعددهم ٥٩ فرد ، والرعاة وعددهم ٥ رعاة .

ثالثاً : أدوات جمع البيانات :

استخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

رابعاً: تطبيق البحث :

بعد الانتهاء من تصميم استمارة الاستبيان تم تطبيقها على العينة الاستطلاعية البالغ عددها (١٧) فرد ومن نفس عينة البحث وخارج العينة الاساسية ولها نفس خصائصها . بعد مدة ١٥ يوم في الفترة ما بين ٢ / ٣ / ٢٠١٤ الى ١٧ / ٣ / ٢٠١٤ من التطبيق الاول وبعد استخراج المعاملات العلمية للاستمارة ، قام الباحث بتطبيق الاستبيان بصورته النهائية على عينة البحث الاساسية البالغة (٨٧) فرد في الفترة من ٢٠ / ٣ / ٢٠١٤ الى ٢٤ / ٥ / ٢٠١٤ .

خامساً : المعالجات الإحصائية :

قام الباحث باستخدام المعالجات الإحصائية الآتية :

(١) التكرار والنسبة المئوية .

(٢) معامل ارتباط بيرسون .

(٣) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري .

(٤) مربع كاي .

(٥) معامل ألفا كرونباخ.

(٦) معامل ليكرت للأهمية النسبية .

الاستنتاجات:

الاستنتاجات الخاصة بالمحور الاول: اهداف ادارته التسويق بمدينة البصرة الرياضية

٥. خلق فرص تسويقية لمدينة البصرة الرياضية .

٦. الاعلان عن الخدمات التي تقدمها مدينة البصرة الرياضية .

٧. توفير الدعم المادي الذاتي لمنشآت مدينة البصرة الرياضية .

٨. مساعدة ادارة مدينة البصرة الرياضية على تحقيق اهدافها .

الاستنتاجات الخاصة بالمحور الثاني : الهيكل التنظيمي لأدارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية :

٥. تكون ادارة التسويق ادارة عامة ضمن الهيكلية الادارية لمدينة البصرة الرياضية

٦. تحتوي ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية من ثلاث مستويات ادارية العليا والوسطى والتنفيذية

٧. تتكون ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية مدير الادارة واربعة اقسام هي (قسم الترويج والاعلان ، قسم بحوث المبيعات ، قسم بحوث التسوق الرياضي والانشطة والخدمات ، قسم التخطيط)
٨. تهتم ادارة التسويق بتحقيق الرضا لكل من الجمهور الداخلي و الجمهور الخارجي

الاستنتاجات الخاصة بالمحور الثالث : التوصيف الوظيفي للعاملين داخل ادارة التسويق

- مدير ادارته التسويق :

اولا : الوصف العام :

تختص هذه الوظيفة بالاشراف والتوجيه والتنسيق لكافة الاعمال المتعلقة بعمليات التسويق والاستثمار بمدينة البصرة الرياضي ويرتبط شاغل الوظيفة بمدير ادارة المدينة .

ثانيا : الواجبات والمسئوليات :

٣. يساهم مع رؤساء الاقسام في وضع السياسة العامة و الخطط الاستراتيجية اللازمة وكذلك الميزانية لادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بحيث تسير مع اتجاهات واهداف مدينة البصرة الرياضية
٤. يشرف علي تنفيذ البرامج والانشطة التي تنفذها ادارته التسويق وتدعيمها بالامكانيات المادية والبشرية اللازمة

ثالثا : شروط شغل الوظيفة:

١. يجب ان يكون شاغل هذا المنصب حاصل على مؤهل دراسي ماجستير او دكتوراه في التسويق او التسويق الرياضي اضافة الى صفات القيادة والاشراف والتوجيه .
- رئيس قسم بحوث التسويق الرياضي والانشطة والخدمات:

اولا : الوصف العام :

تختص هذه الوظيفة بالاشراف على بحوث التسويق الرياضي والانشطة والخدمات

ثانيا : الواجبات والمسئوليات :

يعمل من يرئس القسم بالاشراف على عملية ويشترك بوضع الميزانية الخاصة بالقسم والميزانية العامة لادارة التسويق .

ثالثا : شروط شغل الوظيفة:

يفضل ان يكون رئيس القسم حاصل على دراسي ماجستير او دكتوراه في التسويق

- رئيس قسم بحوث المبيعات :

اولا : الوصف العام :

تختص هذه الوظيفة بالاشراف علي اعمال بحوث المبيعات وجمع المعلومات .

ثانيا : الواجبات والمسئوليات :

يشترك من يعمل برئاسة القسم بوضع ميزانية القسم وميزانية ادارة التسويق ويعمل على تنسيق الانشطة البيعية وكذلك يشارك بوضع الاهداف والسياسات الخاصة بالاسعار والتوزيع والترويج

ثالثا : شروط شغل الوظيفة:

المؤهل الدراسي الواجب توفرة بشاغل هذا المنصب ماجستير على الاقل في التسويق الرياضي

● رئيس قسم الترويج و الإعلان :

اولا : الوصف العام :

يتختص شاغل هذه الوظيفة بجميع عمليات الترويج والاعلان بمدينة البصرة الرياضية.

ثانيا : الواجبات والمسئوليات:

يشرف رئيس قسم الترويج على عمليات الترويج والاعلان الخاصة بمدينة البصرة الرياضية ويشارك بوضع ميزانية القسم ويعمل على ايجاد اتصالات مع الشركات الخارجية المتخصصة لتنفيذ الحملات الاعلانية .

ثالثا : شروط شغل الوظيفة:

المؤهل الدراسي لرئيس قسم الترويج والاعلان ماجستير بالادارة الرياضية (التسويق الرياضي) ويفضل من حاصل على دورات في مجال الترويج اضافة للمؤهل الدراسي .

● رئيس قسم التخطيط :

اولا : الوصف العام :

يعمل رئيس قسم التخطيط على وضع الخطط التسويقية التي تخدم ادارة التسويق وتحقق اهدافها واهداف ادارة مدينة البصرة الرياضية .

ثانيا : الواجبات والمسئوليات:

من واجبات مدير القسم المشاركة بوضع الميزانية والرؤية المستقبلية لادارة التسويق وتحليل مختلف العوامل المالية والجغرافية بهدف الحصول على فرص تسويقية وكذلك تحديد المدة الزمنية لتنفيذ الخطط الموضوعة .

ثالثا : شروط شغل الوظيفة:

المؤهل الدراسي:

يفضل ان يحمل من يعمل رئيسا لهذا القسم ماجستير في التخطيط التسويقي اضافة الى اطلاعه على ظروف المنظمة الداخلية والخارجية .

رابعا : الاستنتاجات الخاصة بالمزيج التسويقي :

أ- الخدمات :

- ٤- يجب على ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية تطبيق معايير الجودة في الخدمة المقدمة
- ٥- تهتم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بايصال الخدمة الرياضية لمختلف الاسواق وتهتم ايضا بطبيعة ومواصفات الخدمة المقدمة
- ٦- تعمل ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية على دراسة المستفيدين من الخدمات المقدمة

ب- التسعير :

- ٣- تضع ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية سعر الخدمة الرياضية بما يتناسب مع المستفيد الرياضي وبما هو معبرا عن المستوي الحقيقي للخدمة وكذلك الاخذ بنظر الاعتبار نوع الخدمة المقدمة
- ٤- يجب على ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية عمل دراسات تسعيريه مع مراكز متخصصة عن الخدمة الرياضية

ج- الترويج :

٣. تختار ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية الوسيلة الترويجية الانسب بناء على السوق المستهدفة مع تحديد مواعيد بداية ونهاية الحملة الترويجية .
٤. يفضل ان تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بالترويج للخدمة الرياضية المقدمة بوسائل الاعلام الاكثر تغطيه وانتشار مع مراعاة جميع عناصر المزيج الترويجي

د- التوزيع

٣. تعمل ادارة التسويق على وضع سياسات لتوزيع الخدمات بجميع انحاء العراق وزيادة عدد المنافذ الموزعة للخدمات ومراقبتها باستمرار .
٤. ويفضل ان تعتمد ادارته التسويق بمدينة البصرة الرياضية علي التوزيع المباشر للخدمة الرياضية مع الاخذ بنظر الاعتبار تقليل الجهد والوقت .

خامسا: الاستنتاجات الخاصة بأساليب التسويق :

أ - الدعاية والاعلان :

تعتمد ادارة التسويق انواع الدعاية والاعلان الاكثر انتشار وتأثير على المستفيدين بما فيها اعداد افلام الفيديو واقامة الحفلات واستغلال اسوار وكافيهات المدينة وكذلك عمل المؤتمرات الصحفية وبصورة مستمرة .

ب - التسويق التلفزيوني :

تعمل ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية على عقد اتفاقيات مع مؤسسات اعلاميه للاعلان على رعاية ودعم البطولات الرياضيه المحلية والدولية والقارية التي تقام على اراضيها كما وتقوم الادارة بعمل عقود خاصة بالتسويق التلفزيوني ووضع شروط خاصة لتغطية البطولات الرياضية .

ج- التسويق الإلكتروني :

يجب ان تقوم ادارة التسويق بمدينة البصرة الرياضية بعمل موقع خاص بالمدينة يوضح للمتصفحين ماموجود من خدمات مقدمة وكذلك الاعلان بمواقع الانترنت المجانية وانشاء صفحة خاصة بالمدينة في شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

التوصيات :

في ضوء ما توصل اليه الباحث من استنتاجات في اطار ما قام به من اجراءات . يقدم التوصيات الاتية .

اولا : التوصيات الخاصة بالادارة العليا (وزارة الشباب والرياضة)

- اعتماد الهيكل التنظيمي المقترح وتطبيقه بمدينة البصرة الرياضية .
- اعتماد التوصيف الوظيفي للمستويات الادارية وادراجها ضمن الهيكل التنظيمي المقترح .
- ضرورة الاهتمام بنشر الوعي بأهمية التسويق الرياضي بالمؤسسات الرياضية المختلفة .
- إصدار القوانين و التشريعات التي تعطي الحرية لادارة المدينة وإدارات التسويق للعمل على تسويق الأنشطة والملاعب والمنشآت الملحقة بالمدينة مع اعفاء المدينة من الضرائب والجمارك والاستثمار بصورة اوسع واشمل .
- عقد اتفاق وساطة مع البنوك التجارية وتقديم مزايا اضافية للرعاة وشركات الاستثمار لتسويق الخدمات بمدينة البصرة الرياضية .

ثانيا : التوصيات الخاصة بأدارة مدينة البصرة الرياضية

- العمل بالهيكل التنظيمي المقترح بعد اعتماده من وزارة الشباب والرياضة
- وضع الهيكل التنظيمي على خريطة تنظيمية هرمية معلنة للعاملين
- تحديد المستويات والاختصاصات لكل مستوى اداري داخل ادارة التسويق
- استخدام افضل الطرق الاعلانية الفعالة في عملية الترويج لمنشآت مدينة البصرة الرياضية .
- اهمية التوسع والارتقاء بالخدمات التي تقدمها مدينة البصرة الرياضية للأعضاء وللجمهور الداخلي والخارجي واستخدام افضل اساليب التسويق بما فيها التلفزيوني والدعاية والاعلان والتسويق الالكتروني
- العمل على نشر الفكر التسويقي وزيادة الوعي الرياضي للعاملين بالمدينة الرياضية عن طريق اقامة الدورات التدريبية بكافة الاختصاصات.
- على ادارة المدينة وضع ميزانية خاصة لادارة التسويق يتناسب وحجم الانشطة التي تقوم بها ودعما لتنفيذ افكارها وامدادها بكل ما يلزم لتحقيق اهدافها .
- عدم الاقتصار على تسويق الانشطة الرياضية فقط بل تمتد لتشمل جميع الانشطة والخدمات التي تقدمها مدينة البصرة الرياضية .
- ضرورة وجود وسائل اتصال حديثه داخل مدينة البصرة الرياضية من اجل تحقيق اهداف التسويق.
- توفير كتيب يحتوي على جميع الخدمات والمنشآت التي تقدمها مدينة البصرة الرياضية .

المستخلص

ادارة تسويق مقترحة لمدينة البصرة الرياضية بالعراق

الباحث : عمر علي طلال (٢٠١٤)

بحث ماجستير في التربية الرياضية من قسم الادارة الرياضية جامعة الاسكندرية ٢٠١٣-٢٠١٤

يهدف البحث الى اقتراح ادارة تسويق لمدينة البصرة الرياضية بالعراق، من خلال التعرف على اهداف ادارة التسويق والهيكل التنظيمي للأدارة المقترحة والتوصيف الوظيفي للعاملين داخل الادارة والمزيج التسويقي واساليب التسويق، استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لملائته لطبيعة البحث، اشتملت عينة البحث على (١٢٢) فرد ما بين خبراء ادارة رياضية والكادر المتقدم بوزارة الشباب والرياضة اضافة الى مدراء التسويق بالاندية الرياضية واللجنة المشرفة على انجاز المدينة ورعاة للأحداث والمهرجانات الرياضية، استخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات وبعد بناء الاستمارة والانتهاة من استخراج المعاملات العلمية قام الباحث بتطبيق الاستبيان بصورته النهائية على عينة البحث الاساسية في الفترة من ٢٠١٤/٣/٢٠ لغاية ٢٠١٤/٥/٢٤ . واستخدم الباحث المعالجات الاحصائية المناسبة لطبيعة البحث وكانت اهم النتائج هو انشاء ادارة تسويق بمدينة البصرة الرياضية .

SUMMARY

Researcher Name Omar Ali Talal

Title Search: Marketing Administration proposed to Basra Sports City in Iraq

In light of changes important economic experienced by the Arab community currently and transformation, which is in a centralized economy to a free economy plays sports marketing plays an important role in the cause of self-funding for sport which requires a greater focus in the preparation of cadres specialized in the field of sports marketing will be done only through recognition and sports marketing concepts and theories that influenced the development of effective marketing operations in general and sports marketing in particular .

The city of Basra Sports of the biggest sports cities in Iraq and in the region for containerization of installations and the large area and characterize its geographical location where located in the biggest Iraqi provinces in addition to its proximity to the sea port of Iraq and port air as well as the proximity of the State of Kuwait, and in spite of all these features to Basra Sports City, but it is capable on its own resources with the current weakness Qrtha on the development of these resources to check out this novelty in the field of self-financing and marketing in the field of sports and non-availability of experts and specialists in this area and who understand business dealings with sponsors and businessmen in addition to the lack of trained manpower in the field of sports marketing that despite the Basra Sports City owns several sports facilities, which if there is voltage catalog fitting it would respond to the city proper funding that achieves increase the level of sporting activities so must search for sources of financing best by managing marketing within the organizational structure of the Basra Sports City to take advantage of the services and facilities and marketing .

-Research Goals

The research aims to create a marketing management proposed for the sports city of Basra in Iraq and through the identification of what follows .

- 1- The objectives of the marketing department in Basra Sports .
- 2- The organizational structure of the marketing department of the Basra Sports City .
- 3- Job descriptions for employees within the marketing department in Basra Sports .
- 4- The marketing mix for Basra Sports City .
- 5- Marketing methods to Basra Sports City .

-Research questions :

- 1- What are the objectives of the management of sports marketing in Basra Sports ?
- 2- What is the organizational structure of the marketing department of the Basra Sports City ?
- 3- What is the job description for employees within the marketing department ?
- 4- What is the marketing mix for Basra Sports City ?
- 5- What are the methods of marketing for Basra Sports City ?

Search Procedures

First: Research Methodology :

The researcher used the descriptive survey manner. Where he examines the phenomenon of the approach the subject of research and cares classify, analyze and draw conclusions from it .

Secondly, the research sample :

Was selected a random sample of 122 individuals composed of experts manage sports and the 25 individual and ministry staff Advanced numbering 20 people, and the committee overseeing the Basra Sports City and the 13 individual, and marketing managers or their representatives and the number 59 per person, and the shepherds and the number 5 patrons .

Third, data collection tools :

The researcher used the questionnaire as a tool for data collection

Fourth: The search application :

After the completion of the design of the questionnaire was applied to the sample reconnaissance of (17) is the same individual sample and the sample out and have the same basic characteristics. After 15 days in the period between 3.2.2014 to 17.3.2014 of the application first and then extract the scientific processing of the form, the researcher applying the questionnaire in its final form on a sample of basic research in the period from 03/15/2014 to 6/5 / 2014

Fifth: processors period :

The researcher using statistical treatments of the following :

- (1) The percentage of repetition .
- (2) Pearson correlation coefficient .
- (3) The arithmetic mean and standard deviation .
- (4) Square Kai .
- (5) Coefficient alpha Kronbak .
- (6) Likert coefficient of relative importance .

Conclusions :

Conclusions own axis first: Marketing management objectives city of Basra Sports

- 1- Create marketing opportunities for Basra Sports City .
- 2- Advertising services provided by the city of Basra sports .
- 3- To provide material support to self-installations Basra Sports City .
- 4- Help manage Basra Sports City to achieve its goals .

Conclusions own axis II: The organizational structure of the marketing department in Basra Sports :

- 1- Be the marketing department public administration within the administrative structure of the Basra Sports City
- 2- Contain marketing department of the city of Basra sports three levels of upper and middle management and executive
- 3- Consists marketing department in Basra sports director and four sections (section promotion and advertising, sales research department, research department and sports activities, shopping and services, the Department of Planning (
- 4- Bother marketing department to achieve satisfaction of both the public and internal external audiences

Conclusions own axis III: job descriptions for employees within the marketing department

1- Director of Marketing :

First: General Description :

This function is concerned with overseeing the direction and coordination of all actions relating to the operations, marketing and investment city of Basra sports and associated incumbent director of the city administration .

Second: Duties and Responsibilities :

- 1- Contributes with heads of departments in the development of public policy and strategic plans as well as the necessary budget for the marketing department in Basra city sports so go with the trends and goals Basra Sports City
- 2- Oversees the implementation of programs and activities carried out by the marketing department and strengthening the possibilities of physical and human resources

Third, the terms of the job :

- 1- Must be incumbent holds a Masters qualification or PhD in marketing or sports marketing in addition to the qualities of leadership, supervision and guidance .
- 2- Head of Research and sports marketing activities and services :

First: General Description :

This function shall supervise the sports marketing and research activities and services

Second: Duties and Responsibilities :

Works department heads to oversee the global and involved the development of the budget for the department and the general budget marketing department .

Third, the terms of the job :

Would prefer to be head of the department holds a Master or PhD course in marketing

3- Head of Research Sales :

First: General Description :

This function shall supervise the work of research, sales and information gathering .

Second: Duties and Responsibilities :

Sharing of work headed by Section Section develop his balance and budget management, marketing and works to coordinate sales activities as well as the development of shared goals and policies on prices, distribution and promotion

Third, the terms of the job :

Qualification to be available Bashagl this post at least a Master in Sports Marketing

4- Head of promotion and advertising :

First: General Description :

Atakhts incumbent all promotions and advertising city of Basra sports

Second: Duties and Responsibilities :

Head of the Department oversees the operations of promotion and advertising promotion of the city of Basra, sports and involved the development of a budget section and works to find contacts with foreign companies to implement specialized Alhmla advertising .

Third, the terms of the job :

Qualification for promotion and Head Master Allan administration Sports (sports marketing), preferably from the proceeds of the courses in the field of promotion in addition to the academic qualification .

5- Head of Planning :

First: General Description :

The head of the planning department to develop marketing plans that serve the marketing department achieve its goals and objectives of the management of Basra Sports City .

Second: Duties and Responsibilities :

Of the duties of the Director of Budget Section participation status and future vision for the management of marketing and financial analysis of the various factors and geographical order to obtain marketing opportunities as well as determine the length of time to implement the plans Mozawah .

Third, the terms of the job :

Academic Qualifications :

Preferably carries serves as chairman of the Master of this section in marketing planning in addition to studying the conditions of internal and external organization .

Fourth: Conclusions own marketing mix :

A - Services :

- 1- Must manage marketing sports city of Basra in the application of standards of quality of service provided
- 2- Interested in the marketing department in Basra city sports to deliver service to the various sports Themtem markets and also the nature and specifications of service provided
- 3- Working marketing department city of Basra sports on the study of the beneficiaries of the services provided

B - Pricing :

- 1- Put the marketing department in Basra city sports sports service price commensurate with the beneficiary, including sports and is expressing his true level of service as well as taking into consideration the type of service provided
- 2- Should be on the marketing department in Basra city sports action studies with pricing for the service centers specializing Sports

C- Promotion :

- 1- Choose the marketing department in Basra Sports promotional tool best suited to build on the target market with the dates the beginning and end of the promotional campaign .
- 2- Is preferred that the marketing department in Basra city sports promoting sports service provided by the media and the proliferation of the most covered, taking into account all elements of the promotional mix

D- Distribution

- 1- Marketing department is working to develop a policy for the distribution of services to all parts of Iraq and increase the number of Almnayd Distributed Services and monitored constantly .
- 2- And would prefer to adopt the marketing department in Basra city sports Ali direct distribution service for sports, taking into consideration to reduce the time and effort .

V. Conclusions own marketing methods :

Fifth: Axis V: Conclusions own marketing methods :

A - Advertising :

Based marketing department kinds of advertising, the most spread and impact on beneficiaries, including the preparation of video films and concerts and the exploitation of the walls of the city and cafes, as well as press conferences and work on an ongoing basis .

B - Marketing TV :

Working marketing department in Basra city sports agreements with media organizations to announce the care and support of local sports leagues, international and continental held on its territory, as the administration and the work of decades, especially in marketing and television put special conditions to cover sporting events .

C- Marketing-mail :

You must be the marketing department in Basra Sports job site for the city shows surfers Mamugod of services provided, as well as the announcement of free Internet sites and set up a special page on the city's social networking Facebook

* Recommendations: In light of the findings of the researcher's conclusions in the context of what his actions. Offers the following recommendations .

First: recommendations for senior management (Ministry of Youth and Sports)

- 1- Adoption of the proposed organizational structure and its application in Basra Sports .
- 2- Approve the job description for the administrative levels and included in the proposed organizational structure .
- 3- Need to focus on spreading awareness of the importance of sports marketing institutions of various sports .
- 4- Promulgate laws and legislation that gives freedom to the city administration and marketing departments to work on marketing activities and stadiums and facilities attached to the city with the city exempt from taxes, customs and investment in a broader and more comprehensive .
- 5- Contract agreement with the mediation of commercial banks and to provide additional benefits for sponsors and investment companies for marketing services in Basra Sports .

Second: Recommendations for the management of Basra Sports City

- The organizational structure of the proposed action after its adoption by the Ministry of Youth and Sports
- Develop the organizational structure of the hierarchical organizational chart undeclared workers
- Identify the levels and terms of reference for each administrative level within the marketing department
- Use the best ways of advertising effective in the promotion process for installations Basra Sports City .
- The importance of expanding and improving the services provided by the city of Basra sports to members and internal and external audiences and use the best methods of marketing, including television advertising and e-marketing
- Work on the dissemination of thought catalog and increase awareness of sports

For workers in the city by establishing a mathematical courses in all disciplines Altdrebh

- The city administration put a special budget for the marketing department commensurate with the size of the activities carried out by and in support of the implementation of ideas and supplying them with whatever it takes to achieve their goals .

- Not only on the marketing of sports activities only, but extends to all activities and services provided by the city of Basra sports .
- The need for a modern means of communication within the Basra Sports City in order to achieve marketing goals .
- Provide a booklet containing all the services and facilities offered by the Basra Sports City .

Abstract

Marketing Administration proposed to Basra Sports City in Iraq

Researcher: Omar Ali Talal (2014)

Search Masters in Physical Education from the Department of Sports Administration Alexandria University 2013-2014

The research aims to set up an administration marketing city of Basra sports in Iraq, through the identification of the goals of management, marketing and organizational structure of the management of the proposed job descriptions for employees within the administration and the marketing mix and marketing methods, the researcher used the descriptive survey manner for suitability to the nature of the search, which included a sample search on (122) individual between management experts sports cadre Advanced Ministry of Youth and Sports in addition to marketing managers clubs, sports and the committee overseeing the completion of the city and the sponsors of the events, festivals, sports, the researcher used the questionnaire as a tool for data collection and after the construction of the form and the completion of the extraction of transactions scientific researcher applying the questionnaire in its final form on a sample of basic research in the period from 03/15/2014 up to 05/06/2014. The researcher used statistical treatments appropriate to the nature of the research and the results were the most important is to create a marketing department in Basra Sports.



Alexandria University
Faculty of Physical Education for Girls
Sports management Department

Marketing Administration proposed to Basra Sports City in Iraq'

Thesis presented By

Omar Ali Talal

**Sports Games Coach - Bagdad University
In Partial Fulfillment of Requirements of Master degree in sports
management**

SUPERVISED BYd

Prof . Dr.

Hamema Ibraheem Hasheesh

**Sports management Professor, Sports
management department, Faculty of
Physical Education for Girls
Alexandria University**

Dr.

Rehab ALi Amin

**Sports management Asst. Professor, Sports
management department, Faculty of
Physical Education for Girls
Alexandria University**

2014 G - 1436 H