

الفصل الخامس
الاستنتاجات و التوصيات

أولاً: الاستنتاجات

ثانياً : التوصيات

الفصل الخامس

الاستخلاصات والتوصيات

أولاً: الاستخلاصات.

في ضوء اهداف وتساؤلات الدراسة ومن خلال عرض ومناقشة النتائج تم التوصل الى الاستخلاصات التالية

١. استنتاجات خاصة بالمحور الاول: اهداف الخطة المقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بجامعة بغداد :

- ضرورة وضع خطة التسويق تهدف الى تنمية مصادر التمويل بالجامعة
- تعمل على تطوير المنشآت الرياضية وجعلها قادرة على استضافة بطولات كبيرة .
- و توعية المجتمع بأهمية ممارسة الرياضة .
- استقطاب اكبر عدد من المستفيدين من افراد المجتمع الخارجي والداخلي
- العمل على توطيد العلاقة بين الجامعة والمؤسسات الاخرى مثل الاتحادات المركزية العراقية.

٢. استنتاجات خاصة بالمحور الثاني: السياسات والإجراءات اللازمة لتنفيذ الخطة

أ- السياسات :

- اتباع الأسلوب العلمي للتسويق الرياضي بالجامعة الاستفادة من الموارد المالية الواردة من التسويق الرياضي في تطوير وصيانة وترميم المنشآت الرياضية في الجامعة
- استثمار المساحات الشاغرة في اراضي الجامعة للتوسع بالمنشآت الرياضية
- الاستفادة من اكبر عدد من خبرات الأخصائيين الرياضيين في تطوير الخدمات الرياضية في المنشآت الرياضية
- اجراء دراسة تقييمية للخطة التسويقية و تقييم مدى رضا المستفيدين من الخدمات المقدمة بالمنشآت الرياضية بالجامعة .

ب : الاجراءات :

- يجب المتابعة المستمرة لسير عمل الخطة
- يجب توفير الكوادر التدريبية لمختلف الفعاليات بالشكل الذي يضمن استيعاب جميع المنشآت
- يجب توزيع المسؤوليات بشكل سليم على العاملين والعمل بروح الفريق الواحد في تنفيذ الخطة بالنسبة للعاملين
- متابعة الخطوات التفصيلية للخطة من قبل المشرفين على تنفيذ الخطة وتوفير المشرفين على الانشطة الرياضية من اجل نجاح الخطة وتحقيق اهدافها
- تنظيم مواعيد ممارسة الانشطة الرياضية الى المستفيدين من المشاركين في الانشطة الرياضية.

٣. استنتاجات خاصة بالمحور الثالث: تحديد الموارد والإمكانات اللازمة لتنفيذ الخطة :

يجب استثمار الامكانات المادية المتاحة من ملاعب وقاعات في نجاح اي خطة تسويق .

ب : الموارد والامكانات البشرية :

- يجب توفير الموارد و الإمكانيات البشرية التالية لتنفيذ خطة التسويق :

- رجال امن للمحافظة على امن وسلامة المستفيدين .

- ادارة عليا مشرفة على وضع الخطة تتكون من :

- مسؤول التسويق الرياضي و اخصائيين بالطب الرياضي .
- مسؤول اتصالات وعلاقات عامة .
- مسؤول قانوني .
- دكتوراه في الادارة الرياضية .

ت: الموارد والإمكانات المالية :

- تتطلب الخطة ميزانية خاصة لتنفيذ وتغطية النفقات المالية التالية :

- رواتب العاملين .
- مكافآت العاملين .
- صيانة المنشآت الرياضية .
- مبالغ مخصصة للدعاية والاعلان والترويج .
- شراء التجهيزات الرياضية المتطورة .

ث: الموارد والإمكانات المعلوماتية :

- يتطلب تنفيذ الخطة امكانات معلوماتية تخص مختبر حاسوب مجهز بأحدث اجهزة الكمبيوتر
- موقع الكتروني خاص بالجامعة مخصص للتعريف عن الخدمات المقدمة بالجامعة
- ويتطلب تنفيذ الخطة امكانات معلوماتية تخص المنشآت الرياضية وكذلك يتطلب امكانات معلوماتية تخص المستفيدين .

٤. استنتاجات خاصة بالمحور الرابع : وضع البرنامج الزمني لتنفيذ الخطة:

- تبدأ تنفيذ الخطة من ١ كانون الثاني الى ٣٠ كانون الاول .
- يبدأ العمل في العطلة الصيفية والعطلة الربيعية في الفترة الصباحية من الساعة ٩ صباحا الى الساعة ١ ظهرا .
- يبدأ العمل في العطل والمناسبات في الفترة الصباحية من الساعة ٩ صباحا الى الساعة ١ ظهرا .
- يبدأ العمل في العطل والمناسبات في تهيئة وتنظيف المنشآت من الساعة ١ ظهرا الى الساعة ٣ عصرا .
- اثناء الدوام الرسمي بعد انتهاء الدوام الرسمي من الساعة الثالثة حتى الساعة الرابعة تهيئة وتنظيف الملاعب .

٥. استنتاجات خاصة بالمحور الخامس : اساليب تنفيذ الخطة التسويقية :

- العمل على تأجير الصالات والقاعات الموجودة لاقامة الحفلات والمؤتمرات
- الاهتمام بفتح مراكز اللياقة البدنية والرياضة
- الاهتمام بإنشاء مدارس متخصصة بكافة الرياضات على ملاعب الجامعة
- اقامة دورات تعليمية فيه و مراعاة طرح تذاكر اشترك سنوي ومنع الدعوات المجانية واقامة بطولات لرواد الرياضة في العراق وخاصة المستفيدين منهم .

الخطة المقترحة

الموضوع	الهدف منه	الاجراءات المتبعة	مؤشر النجاح	المسئول	فترة التنفيذ	التكلفة
تنمية مصادر التمويل	تطوير المنشآت الرياضية وجعلها قادرة على استضافة بطولات كبيرة على الصعيد الدولي والمحلي وكافة الالعاب	وضع خطط تمويلية تعمل على الاستفادة من ١- الجمهور الخارجي عن طريق - تأجير المنشآت التابعة للجامعة ومرافقها ٢- للجمهور الداخلي - عمل بطولات ومهرجانات - انشاء مدارس بكافة الالعاب	زيادة الميزانية على ما هو معتاد في نهاية العام	مسئول بالتسويق الرياضي -مسئول قانوني - مسئول علاقات عامة - مسئول تجاري - مسئول مالي مسئول دعابة	طول العام	\$١٠٠٠٠
انشاء علاقات بين الجامعة والجمهور الداخلي والخارجي	-استقطاب اكبر عدد من المستفيدين - جذب الرعاية لتسويق الخدمات الرياضي -توعية المجتمع بضرورة ممارسة الرياضة	التوعية بأنواع الانشطة المقدمة - عمل ندوات - ورش عمل - تنظيم بطولات مصغرة - نشرات دعائية عمل متحف لمقتنيات الجامعة الاهتمام بتقديم نسبة خصم على تذاكر الدخول والاشتراك بالانشطة الرياضية	زيادة عدد الممارسين للانشطة الرياضية ارتفاع نسبة اشغال المنشآت الرياضية والملاعب طول العام	قسم العلاقات العامة بالجامعة	اثناء العطلة الربيعية والعطلة الصيفية	\$٥٠٠٠
الاستفادة من الخبرات الرياضية في تطوير الخدمات الرياضية بالجامعة	-زيادة عدد الخدمات المقدمة بالجامعة - الاهتمام بجودة الخدمات المقدمة - رفع المستوى الرياضي للمستفيدين	-المتابعة المستمرة للعمل - وضع خطط بديلة للعمل - استطلاعات رأي المستفيدين - اجراء بحوث ودراسات لرفع مستوى الخدمة المقدمة	رضا المستفيدين بمستوى الخدمات المقدمة وجودتها	الاخصائيين الرياضيين بالجامعة	فبراير	\$٤٠٠٠
الاستفادة من كافة الامكانيات الموجودة بالجامعة	توفير فرص عمل للخريجين من الجامعة والمساهمة بالقضاء على نسبة من البطالة من الخريجين	توفير مشرفين على الالعاب الرياضية وتوفير مدربين اختصاص للانشطة الموجودة	زيادة عدد العاملين من خريجين الجامعة من اختصاص التربية الرياضية	الادارة الوسطى بالجامعة	يوليو	\$١٠٠٠٠

الموضوع	الهدف منه	الاجراءات المتبعة	مؤشر النجاح	المسئول	فترة التنفيذ	التكلفة
ايجاد حالة تجانس بين الأفراد العاملين بالخطة التسويقية	تحقيق التكامل الرسمي غير الرسمي بين العاملين	وضوح تفاصيل الخطة	مدى جودة الخدمات المقدمة	الادارة العليا والوسطى بالجامعة	طول العام	\$10000
		توزيع المسئوليات طبقا للاختصاصات المختلفة	مدى الرضا الوظيفي بالنسبة للعاملين			
		ايجاد مناخ عمل مناسب يسمح بالعمل بروح الفريق الواحد				
اجراء دراسة تقويمية لسير عمل الخطة	التحقق من ان الخطة تسير في اتجاهها الصحيح من خلال - اشباع حاجة المستفيدين - متابعة تقييم النشاط التسويقي - الاهتمام بدور التسويق ليكون مصدر تمويل رئيسي للجامعة - دراسة الخطة التسويقية في ضوء اهداف الجامعة	-متابعة الخطوات التفصيلية لتنفيذ للخطة - معرفة احتياجات المستفيدين لتحقيق رغباتهم	سير الخطة بصورة سلسة بدون عوائق	يقسم التخطيط والمتابعة	طول العام	\$5000
اتباع الاسلوب العلمي للتسويق الرياضي	تحديد الاحتياجات التسويقية الخاصة بالمنشآت الرياضية دراسة السوق المستهدفة	-الاستعانة بخبراء ومستشارين بالتسويق الرياضي - عمل استبيانات ومقابلات للمستفيدين	الاعتماد على التسويق الرياضي في زيادة مصادر التمويل الذاتي بالجامعة	الادارة العليا بالجامعة	ديسمبر	\$10000

الموضوع	الهدف منه	الاجراءات المتبعة	مؤشر النجاح	المسنول	فترة التنفيذ	التكلفة
التوسع في بناء المنشآت الرياضية بمواصفات عالمية	وضع الجامعة في طليعة المؤسسات الداعمة للرياضة	استغلال المساحات الشاغرة بالجامعة	عدد المنشآت التي يتم انشاءها	الادارة العليا	نهاية الخطة السنوية	\$10000
		تطوير المنشآت الموجودة	استيعاب المنشآت لجميع الخدمات في حال ازدياد عدد المستفيدين	قسم الشؤون المالية بالجامعة قسم الشؤون القانونية		
		اعادة تأهيل المنشآت المتروكة واعادتها للعمل		قسم التخطيط بالجامعة		
الاعلان عن الخدمات المقدمة بالجامعة	تنشيط زيادة الطلب على الخدمات المقدمة بالجامعة	اعداد الحملات الترويجية الخاصة بالخدمات المقدمة	مدى تواصل المستفيدين مع ادارة التسويق بالجامعة من خلال مشاهدتهم الاعلانات -ازدياد اقبال المستفيدين	قسم تكنولوجيا المعلومات بالجامعة	طول العام	\$5000
		تنظيم مواعيد ممارسة الانشطة الرياضية	عدم تضارب مواعيد ممارسة الانشطة الرياضية			
		اعلان مواعيد ممارسة الانشطة الرياضية				

الموضوع	الهدف منه	الاجراءات المتبعة	مؤشر النجاح	المسئول	فترة التنفيذ	التكلفة
الاستفادة من الامكانيات الموجودة بالجامعة أ - الامكانيات المادية	الاستفادة في تحسين الخدمة المقدمة بالجامعة	عمل خطة صيانة للمنشآت الرياضية وتجديد واحلال المنشآت و توسع رأسي و افقي للمنشآت	اقامة البطولات الرياضية بالمحافظة داخل الجامعة	الادارة العليا قسم التخطيط	طول العام	\$٥٠٠٠
	استغلال المركز الصحي بالجامعة	استغلال الخبرات بالطب الرياضي عن طريق توعية المستفيدين وتقديم العلاج من الاصابات الرياضية واعادة تأهيلهم	زيادة عدد الاخصائيين الرياضيين بالجامعة زيادة عدد المصابين المقبلين على المركز الصحي			
ب- الامكانيات البشرية الاستفادة من الاخصائيين الرياضيين بالجامعة	رفع المستوى الرياضي للممارسين من المجتمع الداخلي والخارجي	توفير مشرفين ومدربين كفونين لمختلف الالعاب	ارتفاع المستوى الفني والاداري انجازات الجامعة ببطولة الجامعات	اخصائيي التدريب والادارة الرياضية بالجامعة	طول العام	\$١٠٠٠٠
ج - الامكانيات المعلوماتية	توفير المعلومات عن المستفيدين والممارسين	انشاء قسم معلومات خاص التسويق يتم خلاله تحديد مواعيد الممارسة للنشاط -عمل الاعلانات والنشرات	مدى اعتماد الجامعة على التكنولوجيا الحديثة في تحقيق اهداف الخطة التسويقية	قسم تكنولوجيا المعلومات بالجامعة	طول العام	\$١٠٠٠٠

ثانياً: التوصيات .

- ١- توصيات تخص وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بجمهورية العراق
 - التصريح بإنشاء منشآت رياضية تخصصية تهدف للربح من خلال التسويق الرياضى داخل جامعة بغداد .
 - تعديل اهداف وزارة التعليم العالي بأضافة الفكر التسويقي في الجامعات من ضمن اهدافها .
 - إطلاق يد الجامعة في حرية استثمار أموالها ومنشآتها .
- ٢- توصيات تخص جامعة بغداد .
 - ضرورة إنشاء إدارات مستقلة للتسويق الرياضى داخل الجامعة .
 - تنفيذ الخطة المقترحة لتسويق المنشآت الرياضية بالجامعة .
 - إشراك جميع الفئات ذات الصلة فى وضع خطة تسويق المنشآت الرياضية بالجامعة .
 - تسهيل الإجراءات اللازمة لتنفيذ خطة التسويق المقترحة .
 - توفير الإمكانيات اللازمة لتنفيذ خطة التسويق المقترحة .
 - تحديد البرنامج الزمنى لتنفيذ خطة التسويق المقترحة .
 - اختيار أنسب الأساليب لتسويق المنشآت الرياضية بالجامعة .
 - وضع لوائح خاصة منظمة للتسويق الرياضى داخل الجامعة على أن توضع بها أسس التعامل بين الأطراف المختلفة والمتمثلة في (الجامعة –المؤسسات الاخرى) .
 - الاهتمام بالدور الإعلامى للوسائل المرئية والمسموعة والقادرة على التعريف الصحيح بمفهوم التسويق الرياضى .

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية
ثانياً: المراجع الأجنبية

أولاً: المراجع العربية

- ١- إبراهيم عبد المقصود، : الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية، التخطيط في المجال الرياضي، ط١، منشأة المعارف بالإسكندرية، (٢٠٠٣)
- ٢- ابو النجا احمد عز الدين : المناهج في التربية الرياضية، مكتبة شجرة الدر المنصورة (٢٠٠٢)
- ٣- أبو النجا أحمد عز الدين : الإمكانات الرياضية ودورها في تحقيق أهداف التربية الرياضية، مطبعة جامعة المنصورة للطباعة والنشر، المنصورة (٢٠٠٤)م.
- ٤- أحمد سيد مصطفى : المدير وتحديات العولمة إدارة جديدة لعالم جديد، الطبعة الأولى، (٢٠٠١) م.
- ٥- أحمد ماهر أنور : الإدارة المبادئ والمهارات، الدار الجامعية، (٢٠٠٢)م.
- ٦- اسامة محمد صالح : تقييم عملية التخطيط بمديرية النشاط الرياضي في محافظة بابل - جمهورية العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات جامعة الاسكندرية (٢٠١٤)
- ٧- اماني محمد عاطف : دراسة طرق التخطيط في مجال تسويق البطولات بالاندية الرياضية بمصر، كلية التربية الرياضية بطنطا، جامعة طنطا (٢٠٠٧)م.
- ٨- اميل مصطفى عصفور : أسس مبادئ التسويق، مكتبة الجلاء الجامعية، بور فؤاد، (٢٠٠٣)
- ٩- آمنة مصطفى الشبكش : الإمكانات في المجال الرياضي، مذكرات منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات بالجزيرة، جامعة حلوان، (١٩٩٨)م
- ١٠- أمين انور الخولي : مناهج التربية البدنية المعاصرة، دار الفكر العربي، القاهرة (٢٠٠٠)م
- ١١- امين انور الخولي : دائرة معارف الرياضة وعلوم التربية البدنية، دار الفكر العربي، القاهرة (٢٠٠٤)م
- ١٢- بشير علي عباس : مبادئ علم الادارة، مكتبة الرائد العلمية، القاهرة (٢٠٠١)م
- ١٣- تامر ناجي احمد : معوقات النشاط الرياضي لطلاب جامعة المنصورة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، (٢٠٠٥)م
- ١٤- جامعة طنطا : دليل السلامة والصحة المهنية وتأمين بيئة العمل بالمنشآت الجامعية، الاصدار الثالث، مطابع جامعة طنطا، (٢٠١١)م
- ١٥- جبريل حمد العريشي : دور تقنيات المعلومات في تطوير التعليم في مؤسسات التعليم العالي بقطاعه الخاص والعام، دراسة تطبيقية على مدينة الرياض وجدة، كلية الاداب جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية (٢٠٠٧)م
- ١٦- جمال مصطفى الزهير : معوقات اقتصاديات بعض الأندية الرياضية بدولة الكويت، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الاسكندرية، (٢٠١٠)م
- ١٧- جون ليدستون، : مهارات التسويق الحديثة (الخطط التسويقية في مجال الصناعات الدوائية) دار الفاروق للنشر والتوزيع (٢٠٠٦)م

- ١٨- حسام رضوان : اقتصاديات الاتحادات الرياضية الاقليمية المصرية (دراسة تحليلية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، (٢٠٠٠)م.
- ١٩- حسن احمد الشافعي : الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية، الطبعة الأولى، دار الوفاء للنشر والطباعة، (٢٠٠٦) م
- ٢٠- حسن حمدي : محاضرات في التسويق الرياضي، وكالة الاهرام للدعاية والاعلان، القاهرة (٢٠٠٠)م
- ٢١- حسن ناجي الربيعي، عبد الرزاق جبر الماجدي : الادارة المعاصرة في التربية البدنية والرياضية، دار الكتب والوثائق . بغداد(٢٠١٣)م
- ٢٢- حلمي المنبيري : الادارة في الميدان الرياضي: المجلد الأول، المكتبة الاكاديمية، القاهرة
- ٢٣- خالد ابراهيم عبد العاطي : أساليب مقترحة لتسويق البطولات الرياضية بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم، جامعة حلوان (٢٠٠٠)م
- ٢٤- خليل محمد حسن الشماع : مبادئ الإدارة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان(٢٠٠١)م.
- ٢٥- سعد أحمد شلبي : الإدارة والتسويق الإلكتروني 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
- ٢٦- _____ : أسس ادارة التسويق الرياضي، المكتبة العصرية بالمنصورة . (٢٠٠٤)م
- ٢٧- سمير عبد الحميد علي : ادارة الهيئات الرياضية، منشأة المعارف، الاسكندرية (١٩٩٩)م
- ٢٨- سيد عبد الجواد السيد : امكانية كلية التربية الرياضية ببور سعيد في تسويق الخدمات الرياضية، رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية التربية الرياضية، بور سعيد (١٩٩٩)م.
- ٢٩- سمير عبد القادر : التخطيط الاستراتيجي لمصانع المعدات في ضل السوق المفتوح:مركز اعداد القادة لقطاع الاعمال، القاهرة (٢٠٠٠)م
- ٣٠- سيد محمود الهواري : الإدارة. الأصول والأسس العلمية للقرن ٢١، مكتبة عين شمس ، القاهرة، (٢٠٠٢)م
- ٣١- سيد محمود الهواري : الادارة - الاصول والاسس العلمية للقرن ٢١ط٢١، مكتبة عين شمس (٢٠٠٤)م
- ٣٢- شريف احمد عاصي : التسويق النظرية التطبيق، دار الكتاب العربي، القاهرة (٢٠٠٢)م
- ٣٣- شريف السيد احمد : خطة للتسويق الرياضي بمراكز الطب الرياضي التخصصي بجمهورية مصر (٢٠١٠)م
- ٣٤- صابر عبد المنعم حسان : مستقبل الألعاب الأولمبية في ظروف المتغيرات الدولية، رسالة دكتوراه غير منشورة، تربية رياضية الهرم، جامعة حلوان، القاهرة، (٢٠٠١)م
- ٣٥- عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي : "تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها"، مؤسسة الوراق، عمان، (٢٠٠٢)م.
- ٣٦- عايذة سيد خطاب : الادرة الاستراتيجية :المدخل الى القرن الواحد والعشرين، دار الفكر العربي، القاهرة، (٢٠٠١) م
- ٣٧- عبد الحميد شرف : الإدارة في التربية الرياضية " بين النظرية والتطبيق "، مركز الكتاب للنشر، ط ٢، القاهرة، (١٩٩٩) م .

- ٣٨- _____ : البرامج في التربية الرياضية بين النظرية والتطبيق للاسوياء والمعاقين، مركز الكتاب للنشر ط٢ القاهرة (٢٠٠٢) م
- ٣٩- عبد السلام أبو قحف، نبيلة عباس،
علاء الغربى : التسويق – كلية التجارة جامعة الإسكندرية (٢٠٠٥) م.
- ٤٠- عبد العليم محمود عبود : مبادئ التسويق، مركز القاهرة، للتعليم المفتوح، (٢٠٠٢) م
- ٤١- عصام الدين محمد بدوي : موسوعة التنظيم والإدارة في التربية البدنية والرياضة، دار الفكر العربي، القاهرة، (٢٠٠١) م .
- ٤٢- عفاف عبد المنعم درويش : مقدمة في الإدارة الرياضية، مطبعة الشهابي، الإسكندرية، (٢٠٠٧) م
- ٤٣- _____ : الإمكانيات في التربية الرياضية، منشأة المعارف، الإسكندرية، (١٩٩٨) م
- ٤٤- علي عبدالله الجعفري
احمد محمد عبد السلام
محمد مصطفى عمار : استراتيجية مقترحة للتسويق الرياضي بالوطن العربي (٢٠٠٨) م
- ٤٥- علي السلمي : الإدارة المصرية الحديثة، دار المعارف، القاهرة، (١٩٩٢) م.
- ٤٦- علي الشرقاوي احمد : العملية الادارية، وظائف المديرين، الدار الجامعية الجديدة (٢٠٠٢) م
- ٤٧- علية عبد المنعم حجازي،
حسن احمد الشافعي : استراتيجية التسويق الرياضي والاستثمار في المؤسسات الرياضية المختلفة – دار الوفاء (٢٠٠٩) م
- ٤٨- عمرو أحمد الجمال : ندوة الإدارة الاقتصادية للرياضة، كلية التجارة، جامعة القاهرة، الإصدار الثالث، مطبعة جامعة القاهرة، القاهرة، (٢٠٠٢) م.
- ٤٩- فاروق عبد الفتاح رضوان : ادارة التسويق مدخل الانظمة في العمليات الادارية، الدار الجامعية، الاسكندرية، (٢٠٠٣) م
- ٥٠- كمال الدين درويش،
اسماعيل حامد عثمان، : التنظيمات في المجال الرياضي، دار السعادة للطباعة، القاهرة (٢٠٠٠) م
- ٥١- كمال الدين درويش،
محمد صبحي حساتين : موسوعة متجهات إدارة الرياضة في مطلع القرن الجديد، ط١، القاهرة، دار الفكر العربي، (٢٠٠٤) م
- ٥٢- كمال الدين درويش : الادارة الرياضية الأسس والتطبيقات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة (١٩٩٦) م
- ٥٣- ماهر محمد السيد عطية : دافع التسويق الرياضي بالاندية الرياضية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا، (٢٠٠٥) م
- ٥٤- محمد السيد احمد زرمية : تقييم تسويق بعض الانشطة الرياضية باندية مدن القناة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية ببور سعيد، جامعة القناة (٢٠٠٧) م
- ٥٥- محمد الصيرفي : ادارة التسويق مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع. الاسكندرية (٢٠٠٩) م
- ٥٦- _____ : مبادئ التسويق، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الاسكندرية. (٢٠٠٥) م

- ٥٧- محمد حسن علاوي : سيكولوجية القيادة الرياضية، مركز الكتاب للنشر ط١ القاهرة (١٩٩٩م)
- ٥٨- محمد رجب احمد جبريل : الخطة الاستراتيجية لتسويق البطولات والمباريات الرياضية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم، جامعة حلوان، (٢٠٠٦م)
- ٥٩- محمد رفعت عبد الوهاب، حسين عثمان محمد : الادارة العامة، كلية الحقوق جامعة الاسكندرية، دار المطبوعات الجامعية (٢٠٠٢م)
- ٦٠- محمد صبحي حساتين، عمرو أحمد جبر : اقتصاديات الرياضة - الرعاية والتسويق والتمويل، مركز الكتاب للنشر . (٢٠١٣م)
- ٦١- محمد عبد العزيز سلامة : منظور حديث في الإدارة الرياضية، ما هي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، (٢٠٠٩م) .
- ٦٢- محمد فريد الصحن : التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية (٢٠٠٥م)
- ٦٣- محمد فريد الصحن، اسماعيل السيد : التسويق، الدار الجامعية، الشاطبي، الاسكندرية (٢٠٠٠م)
- ٦٤- محمد فريد الصحن، نيلسة عباس : مبادئ التسويق، الدار الجامعية، الاسكندرية، (٢٠٠٤م)
- ٦٥- محمد فهمي فارس : خطة مقترحة للأنشطة الرياضية لطلاب جامعة المنصورة، رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا، (٢٠٠٦م) .
- ٦٦- محمد محمد ابراهيم : ادارة التسويق في اطار معايير الجودة التسويقية، الدار الجامعية، الإسكندرية (٢٠١١م)
- ٦٧- محمد محمد عبد القادر : نموذج لإدارة التسويق في الأندية الرياضية. رسالة ماجستير غير منشورة كلية تربية رياضية للبنين بالهرم (٢٠٠٥م)
- ٦٨- محمود جاسم الصمدي : اساسيات التسويق الشامل والمتكامل دار المناهج، عمان (٢٠٠٢م)
- ٦٩- معالي فهمي حيدر : "نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، (٢٠٠٢م)
- ٧٠- مفتي ابراهيم حماد : تطبيقات الادارة الرياضية مركز الكتاب للنشر، القاهرة (١٩٩٩م)
- ٧١- نبيهة عبد الحميد العلقامي : مقدمة فى السياسات الإدارية (لمراكز الشباب)، ط١، الفنية للطباعة والنشر (١٩٩٧م) .
- ٧٢- نبيل محمد احمد : تفويم دور بعض الأجهزة المعنية بالتربية البدنية والرياضية في تصنيف أهدافها في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات بالإسكندرية، جامعة الإسكندرية، (١٩٩٧م) .
- ٧٣- نيلسة عباس وآخرون : التسويق، الدار الجامعية الاسكندرية (٢٠٠٦م)
- ٧٤- هاني الغمور، : تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، عمان، (٢٠٠٢م)
- ٧٥- هدى حسن الحاجة : آراء الرياضة حول مصطلحات التسويق الرياضي في البحرين، بحث منشور، كلية التربية الرياضية للبنات جامعة الاسكندرية ٢٠٠١
- ٧٦- هيثم الزغبى، محمد العدوان : إدارة المواد "مدخل حديث للشراء والتخزين"، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، (٢٠٠٠) .

- ٧٧- وليد احمد سامي : تقويم اساليب تسويق الرويح الرياضي في بعض الاندية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات بالجزيرة، جامعة حلوان ٢٠٠٠
- ٧٨- يحيى فكري محروس : التسويق الرياضي، منشأة دار المعارف للنشر ، الاسكندرية (٢٠٠٢)
- ٧٩- يوسف بن عطية الثبتي : تمويل الرياضة، الطبعة الثانية، الإتحاد السعودي للتربية البدنية والرياضة، (٢٠١٠)م.
- ٨٠- يوسف رسول حمد : وحدة تسويق مقترحة للخدمات الرياضية بجامعة سوران بأقليم كردستان العراق، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الاسكندرية (٢٠١٤)م

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 81- Adair, D. & Ritchie : Sports Tourism: Impacts, Interrelation ship sand Issues. Clevedon : Channel View Publications, 2004 .
- 82- Andrew : Sales and marketing resistance to Key Account Management implementation: An ethnographic investigation, Industrial Marketing Management, In Press, Corrected Proof, 30 July 2014.
- 83- Avinash Malshe : Exploration of sales-marketing interface nuances in Saudi Arabia, Journal of Business Research, Volume 65, Issue 8, August 2012, Pages 1119-1125.
- 84- Baade, R. & Matheson, V : Bidding for the Olympics: Fool's Gold?. In Transatlantic Sport: The Comparative Economics of North American and European Sports, 2013
- 85- David J. Mihm : Using a marketing-team approach to introduce students to pharmaceutical advertising and promotion: A focus on direct-to-consumer advertising appeals and executions, Currents in Pharmacy Teaching and Learning, Volume 5, Issue 2, April 2013
- 86- Edvinsson, L. : Developing a Model for Managing Intellectual Capital, (U.S.A.: Butterworth- Heinemann, 2000)
- 87- Elezabeth Hill & terry : Sullivan (marketing)U.S.A Longman publishing 1999 ;
- 88- Emma : The role of local perceptions in the marketing of rural areas, Journal of Destination Marketing & Management, Volume 2, Issue 1, March 2013,
- 89- Gadrey jean, and Gallouj Faiz : Productivity, Innovation and knowledge in Services " Edward Elgar publishing, Inc. 2002

- 90- **Geoff Lancaster ;** : Marketing mode sample Book, Southampton, Great Britain 2002
- 91- **GILPRT A & Paul peter** : 2000; Marketing Greeting nature for customers; second elation, Grain me craw, hill companies
- 92- **John Nauright** : Events as Sports Tourism, The Center for the Study of Sport and Leisure in Society and Professor in Sport, Recreation, and Tourism, George Mason University, 2013
- 93- **Johnny k lee** : marketing and promotion of the Olympia games, the Joneral article of sport, volium 1 numper 3 2005
www.thesport1ournalory.
- 94- **Jeanne, cho woo** : An exploration of the meriting concept in the Kieran leisure sport industry : market oreantation and orgenazational performance, phd, the university of new mexlea, volum of A Dissertates farthest international, 2004
- 95- **Laurie Kolt** : Developing Your Marketing Plans, How to Build a Thriving Fee-for-Service Practice, 1999.
- 96- **Luisa Perez** : Using agent-based models to design social marketing campaign, Australasian Marketing Journal (AMJ), Volume 22, Issue 1, February 2014
- 97- **Margaret M. Rainey :** : Internal marketing of the patent information team in the corporate environment, World Patent Information, Volume 36, March 2014.
- 98- **Nadia Abou Nabout** : An analysis of the profitability of fee-based compensation plans for search engine marketing, International Journal of Research in Marketing, Volume 29, Issue 1, March 2012.
- 99- **Nauright, J** : The modern Olympics and the triumph of capitalist sport. History Workshop Online, Journal of Travel Research, September 2012
- 100- **Nicholas Zundell dam** : Marketing conducted by the four major professional sports leagues in north America M.S.J west Virginia abstracts international m 2002
- 101- **Philip Katler** : Marketing for hospitality and torism, third edition, prentice-hil, by pearsem education, jnc, New jersy 2003
John Bowen, james makens

- 102- **Philip, Kotler** : Marketing Management Analysis Planning Implementation and Control". 9th Ed, Prentice-Hall, Inc. New Delhi. (1997).
- 103- **Pillay, & Bass** : Mega-events as a Response to Poverty Reduction: The 2010 FIFA World Cup and its Urban Development Implications .Urban Forum, 2011
- 104- **Ray D.B. Greaff T. R** : Consumer autodesk toward Gauss-Related marketing activities in professional sport jounal articale, sport marketing – Quarterly 2002
- 105- **Saayman, M** : Analysis of spending patterns of visitors of three World Cup Cricket matches in Potchefstroom, South Africa. Journal of Sport Tourism 10(3):, 2013 www.masterpapers
- 106- **Sekeran, Wma** : Nominal Scale; Research methods for Business, John wiley, 3rd edition, 2000
- 107- **Shank . M . D** : Sport marketing strategic respective, upper saddle river, N . J prentice .Hall .2003
- 108- **Siegfried, J. & Zimbalist, A** : The economics of sports facilities and their communities. Journal of Economic Perspectives, 2011
- 109- **Sugman, Larry** : Marketing and viewing of sport events in the repuplic of Slovenia, j ournal article, anta universities Carolina, kennan hero palofgiea 2003
- 110- **Tania & Ali** : Enhancing learning-centeredness in marketing principles curriculum, Australasian Marketing Journal (AMJ), Volume 21, Issue 4, November 2013.
- 111- **Thomas** : Developing and Implementing the Technology Business Plan, Technology Entrepreneurship (Second Edition), 2014, www.masterpapers
- 112- **The world of finest Dustan Writing** : Implicit sid of the Olympia Games, the past, present and future of Olympic Marketing, 2004
- 113- **Wenn, S. & Martyn, S** : Selling the five rings: The International Olympic Committee and the rise of Olympic commercialism 2012
- 114- **William Pride, Ferrell** : Marketing Concepts and Strategies", 4th Ed, Houghton Mifflin Company. Boston, New York. . (2003)."
- 115- <http://www.uobaghdad.edu.iq> (الموقع الرسمي لجامعة بغداد)