

## قائمة المراجع

1. أولاً المراجع العربية .
2. ثانياً المراجع الأجنبية .
3. ثالثاً الشبكة العالمية للمعلومات ( الإنترنت ) .

قائمة المراجع :

أولاً المراجع العربية :

- ١ أحمد عبد الفتاح أحمد : الأثار الاقتصادية والاجتماعية لخصخصة الأندية الرياضية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٤ .
- ٢ أحمد محمد موسى : العلاقات العامة من المنظور الاجتماعي ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ، المنصورة ، ٢٠٠٧ م .
- ٣ أشرف صبحي محمد : نموذج مقترح لأهداف ووظائف العلاقات العامة في بعض المؤسسات الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، القاهرة ، ١٩٩٤ م .
- ٤ أشرف صبحي محمد : نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٠ م .
- ٥ أشرف عبد المطلب مجاهد : بناء وتطبيق نظام معلومات باستخدام الحاسب الآلي لتقييم مستوى جودة التعليم بمدارس التعليم العام ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية ، جامعة المنصورة ، ٢٠٠١ م .
- ٦ أشرف عبد المعز عبد الرحيم : تقويم اقتصاديات الأندية الرياضية المصرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، القاهرة ، ١٩٩٦ م .
- ٧ السيد حسن شلتوت و حسن معوض : التنظيم والإدارة في التربية الرياضية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، د.ت .
- ٨ المجلس الأعلى للشباب والرياضة : إحصائيات الحصر الشامل للهيئات الشبابية والرياضية حتى ١ / ١ / ١٩٩٤ ، مركز المعلومات والتوثيق ، القاهرة ، ١٩٩٤ م .
- ٩ ثروت محمد أبو السبح : تقويم أساليب الرقابة داخل الأندية الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا ، طنطا ، ٢٠٠٥ م .
- ١٠ جمال محمد جلال : معوقات استخدام الحاسب الآلي ونظم المعلومات في الأندية الرياضية في جمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٢ م .

- ١١ حسن أحمد الشافعي : الإعلام في التربية البدنية والرياضة ، دار الوفاء  
للدنيا للطباعة والنشر ، الإسكندرية ، ٢٠٠٣ م .
- ١٢ حسن أحمد الشافعي : الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية ( ٦ - العلاقات  
العامة - التنمية الإدارية - التسويق والتمويل في  
المجال الرياضي - السياحة كمصدر لتمويل  
الرياضة ) ، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر ،  
الإسكندرية ، ٢٠٠٣ م .
- ١٣ حسن أحمد الشافعي : تطبيقات ميدانية للعلاقات العامة في التربية البدنية  
والرياضة ، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر ،  
الإسكندرية ، ٢٠٠٣ م .
- ١٤ حلیم المنيرى و عصام بدوي : الإدارة في الميدان الرياضي ، ج ١ ، المكتبة  
الأكاديمية ، القاهرة ، ١٩٩١ م .
- ١٥ ريموند مكلويد، ترجمة سرور على إبراهيم : نظم المعلومات الإدارية ، دار المريخ ، الرياض ،  
السعودية ، ٢٠٠٠ م .
- ١٦ سعيد محمد العربي : دور باحثي العلاقات العامة في نشر الترويج  
الرياضي بالمؤسسات الإنتاجية ، رسالة ماجستير  
غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة  
أسيوط ، ٢٠٠٣ م .
- ١٧ سعيد يمانى العوضى : العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية ، ط ٢ ، دار  
النهضة للطباعة ، القاهرة ، ١٩٩٨ م .
- ١٨ سمير أبو الفتوح صالح : الإدارة في عصر المعلومات ، الدقهلية للطباعة  
والنشر ، المنصورة ، ٢٠٠١ م .
- ١٩ سمير أبو الفتوح صالح : تحليل وتصميم نظم المعلومات ، كلية التجارة ،  
المنصورة ، ٢٠٠٣ م .
- ٢٠ سمير عبد الحميد على : إدارة الهيئات الرياضية " النظريات الحديثة  
وتطبيقاتها ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ١٩٩٩ م .
- ٢١ سمير إسماعيل مصطفى : تحليل النظم - منظومة الإدارة بالمعلومات - مقدمة  
في منهجيات التحليل والتصميم ، دار نافع للطباعة ،  
القاهرة ، ٢٠٠٢ م .
- ٢٢ طارق محمود عباس : المكتبات الرقمية وشبكة الانترنت ، المركز الأصيل  
للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠٠٣ م .
- ٢٣ طاهر مرسى عطية : فن وعلم العلاقات العامة ، دار النهضة العربية ،  
القاهرة ، ١٩٩٤ م .

- ٢٤ عادل حسن سيد : تقويم العلاقات العامة في بعض أندية جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنيا ، ١٩٩٧ م .
- ٢٥ عبد الحميد شرف : الإدارة في التربية الرياضية بين النظرية والتطبيق ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، ١٩٩٩ م .
- ٢٦ عبد الحميد عبد الفتاح : نظم المعلومات الإدارية " الأسس والمبادئ " ، المكتبة المصرية ، المنصورة ، ٢٠٠٢ م .
- ٢٧ عبد الفتاح محمد : سيكولوجية الاتصال والإعلام الدعائية - الإعلان - العلاقات العامة ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٩٦ م .
- ٢٨ عبد المقصود معوض سلامة : تقويم إدارة النشاط الرياضي بجامعة المنصورة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا ، ٢٠٠٥ م .
- ٢٩ عفاف عبد المنعم درويش : تكنولوجيا إدارة المؤسسات الرياضية ( المعلومات - اتخاذ القرار - الاتصال - التوثيق - المتابعة والرقابة - التعاملات ) ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، ٢٠٠٩ م .
- ٣٠ غريب عبد السميع غريب : الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، ١٩٩٦ م .
- ٣١ كمال الدين الزهراوي : نظم المعلومات المحاسبية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٩٨ م .
- ٣٢ كمال الدين درويش ، محمد محمد الحماحى ، سهير المهندس : الإدارة الرياضية و الأسس والتطبيقات ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، ١٩٩٦ م .
- ٣٣ كمال حشمت : مدخل لدراسة المكتبات وعلم المعلومات ، ط ٢ ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠٠٧ م .
- ٣٤ كوثر السعيد الموجي عطا حسن عبد الرحيم وليد المرسي الصغير : الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٥ م .
- ٣٥ محمد عبد المحسن أحمد : بناء مقياس معرفي لأخصائي العلاقات العامة بالهيئات الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط ، ٢٠٠٦ م .
- ٣٦ محمد فريد الصحن : العلاقات العامة المبادئ والتطبيق ، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، ١٩٩٨ م .

- ٣٧ محمد كمال السمنودي : العلاقات العامة في المجال الرياضي ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٢م .
- ٣٨ محمد مصطفى أحمد : العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية ، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية ، الإسكندرية ، ١٩٩٨م .
- ٣٩ محمد منير حجاب و سحر محمد وهبي : المداخل الأساسية للعلاقات العامة - المدخل الاتصالي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٩٤م .
- ٤٠ محمد نجيب الصرايره : العلاقات العامة الأسس والتطبيقات ، مكتبة الرائد العلمية ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠١م .
- ٤١ محمود السيد إسماعيل : وضع استراتيجية للعلاقات العامة في الأدبية الرياضية بمدن القناة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ببورسعيد ، جامعة قناة السويس ، ٢٠٠٤م .
- ٤٢ مفتى إبراهيم حماد : تطبيقات الإدارة الرياضية ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، ١٩٩٦م .
- ٤٣ مؤمن عبد الله مهدي : معوقات العمل التي تواجه إدارة العلاقات العامة بمديريات الشباب والرياضة بقطاع شمال الصعيد ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنيا ، ٢٠٠٥م .
- ٤٤ نهاد محمد دياب : محتوى دراسي مقترح لمقرر العلاقات العامة بكليات التربية الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط ، ٢٠٠١م .
- ٤٥ هاشم أحمد عطية : مدخل إلى نظم المعلومات المحاسبية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، ٢٠٠٠م .
- ٤٦ هانسي جمال يوسف : دراسة تقويمية لإدارة العلاقات العامة بالاتحادات الرياضية بجمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنيا ، ٢٠٠٥م .
- ٤٧ هشام عرفات على : تطور أساليب البرمجة وتكنولوجيا المعلومات وأثرها على تطبيقات نظم المعلومات التجارية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٨م .

ثانياً المراجع الأجنبية :

- 48 Alan R.Freitage : Cultural Competence Correlates of P.R. Function and models, 1999 .
- 49 Efraim Turban, Mclean , James Wetherbe : Information Technology For Management Improving Quality And Productivity . Canada . 1996 .
- 50 Graham Curtis : Business Information System . Analysis , Design and Practice . U.S.A , 1998 .
- 51 Guter man,- t : computers and information in the field of physical education and sports lectures journal refs 7 , Spanish , 1996.
- 52 Guter Man : physical education information and research lecturas journal refs 7 , Spanish , 1998 .
- 53 Guy ,- F. : computer based information retrieval system with reference to sport physical education and recreation journal of physical education review,1991.
- 54 Henry Lucus : Information System Concepts for Management . U.S.A , 1994 .
- 55 Kenneth Laudon , Jane Price : Information System and internet , a Problem Solving Approach . U.S.A , 1998 .
- 56 Mike Jackowski : Toward Aquontive Evaluation model of P.R in sport , Doctor Rate Dissertation , of no rather Colorado. U.S.A , 1998.
- 57 Tricia Elwell : The concept of image in Adverticing and P.R. Master degree university of Houston school of communication , 1997.
- 58 Su,-H : China sports management information system Aieseprn world congress of conference China , 1999 .

ثالثاً الشبكة العالمية للمعلومات ( الانترنت ) :

59-<http://www.g111g.com/vb/t114280.html>

60-<http://www.alriyadh.com/2007/02/28/article18192.html>

61- <http://www.qatarposts.com /relations/pagepublicrelationar.htm>

## قائمة المرفقات

- مرفق رقم ( 1 ) قائمة الخبراء والمحكمين الذين تم عرض استمارة الاستبيان عليهم
- مرفق رقم ( 2 ) استمارة استطلاع رأي الخبراء حول محاور الاستبيان
- مرفق رقم ( 3 ) استمارة استطلاع رأي الخبراء حول عبارات الاستبيان
- مرفق رقم ( 4 ) استمارة الإسبيان في صورتها النهائية

مرفق رقم ( ١ )  
قائمة الخبراء والمحكمين الذين تم عرض استمارة الاستبيان عليهم

مرفق ( ١ )

قائمة الخبراء والمحكمين الذين تم عرض استمارة الاستبيان عليهم :

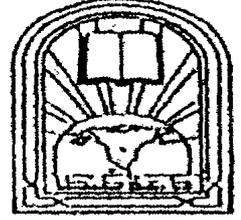
م	اسم الخبير	الوظيفة
١	أ.د/ جمال محمد على	أستاذ الإدارة الرياضية ورئيس قسم الإدارة الرياضية والترويج بكلية التربية الرياضية - جامعة أسيوط
٢	أ.د/سعد عبد الحميد مطاوع	أستاذ الإدارة ووكيل كلية التجارة لشئون التعليم والطلاب - جامعة المنصورة
٣	أ.م.د/سعد أحمد شلبي	أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة
٤	أ.د/ محمد كمال السنودى	أستاذ الترويج الرياضي ، وعميد كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة
٥	أ.د/محمود يوسف	أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
٦	أ.د/ناجى محمد خشبة	أستاذ العلاقات العامة بكلية التجارة - جامعة المنصورة
٧	أ.م.د/نبيل عبد المطلب محمد	أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة
٨	أ.د/ يحيى فكرى محروس	أستاذ الإدارة الرياضية ورئيس قسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية - جامعة طنطا

تم ترتيب الأسماء أبجدياً

مرفق رقم (٢)  
استمارة استطلاع رأي الخبراء حول محاور الاستبيان

مرفق ( ٢ )

استمارة استطلاع رأي الخبراء حول محاور الاستبيان



جامعة طنطا

كلية التربية الرياضية

قسم الإدارة الرياضية

استمارة استطلاع رأي الخبراء حول محاور وعبارات الاستبيان الخاص  
بنظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية  
السيد الأستاذ الدكتور / .....

تحية طيبة وبعد ،،،

يقوم الباحث / كريم محمد محمود الحكيم بإجراء دراسة ضمن متطلبات  
الحصول على درجة الدكتوراه في التربية الرياضية وموضوعها /

" نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية "

هدف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى وضع نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة  
بالأندية الرياضية .

ولما كنتم سيادتكم من المشهود لهم بالكفاءة في هذا المجال ، لذا يأمل الباحث  
في إبداء سيادتكم للرأي حول مناسبة كل محور من هذه المحاور ، وتحديد الأهمية  
النسبية لكل محور من المحاور المقترحة مع التفضل باقتراح ما ترونه مناسباً من حذف  
أو إضافة أو تعديل .

ولسيادتكم جزيل الشكر ،،،

الباحث

كريم محمد محمود الحكيم

مدرس مساعد بقسم الإدارة الرياضية

كلية التربية الرياضية

جامعة المنصورة

استمارة استطلاع رأي الخبراء حول محاور الاستبيان

م	المحور	مناسب	غير مناسب	الأهمية النسبية
١	أهداف إدارة العلاقات العامة			%
٢	دور العلاقات العامة تجاه المؤسسة والأعضاء والجمهور			%
٣	الأنشطة التي تمارسها بإدارة العلاقات العامة			%
٤	الإمكانات الخاصة بإدارة العلاقات العامة			%
٥	المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة			%
٦	تقويم إدارة العلاقات العامة			%

مقترحات أخرى ترون سيادتكم ضرورة إضافتها إلى هذه المحاور :

.....

.....

.....

.....

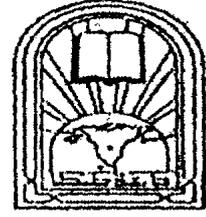
.....

.....

مرفق رقم ( ٣ )  
استمارة استطلاع رأى الخبراء حول عبارات الاستبيان

مرفق ( ٣ )

استمارة استطلاع رأى الخبراء حول عبارات الاستبيان



جامعة طنطا

كلية التربية الرياضية

قسم الإدارة الرياضية

استمارة استطلاع رأى الخبراء حول محاور وعبارات الاستبيان الخاص

" نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية "

السيد الأستاذ الدكتور / .....

تحية طيبة وبعد ،،،

يقوم الباحث / كريم محمد محمود الحكيم بإجراء بحث ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في التربية الرياضية وموضوعها /

" نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية "

هدف الدراسة :

يهدف البحث إلى وضع نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية .

ولما كنتم سيادتكم من المشهود لهم بالكفاءة في هذا المجال ، لذا يأمل الباحث في إبداء سيادتكم للرأي حول مناسبة كل عبارة من عبارات الاستبيان ، مع التفضل باقتراح ما ترونه مناسباً من حذف أو إضافة أو تعديل .

ولسيادتكم جزيل الشكر ،،،

الباحث

كريم محمد محمود الحكيم

مدرس مساعد بقسم الإدارة الرياضية

كلية التربية الرياضية

جامعة المنصورة

المحور الأول : أهداف إدارة العلاقات العامة :

م	اسم العبارة	موافق	غير موافق
١	توجد أهداف محددة لإدارة العلاقات العامة يتم العمل من خلالها .		
٢	تتضح هذه الأهداف بالنسبة إلى العاملين بإدارة العلاقات العامة .		
٣	تتفق أهداف العلاقات العامة مع الأهداف العامة للمؤسسة .		
٤	تتفق أهداف العلاقات العامة مع أهداف العاملين بإدارة العلاقات العامة		
٥	تعتبر أهداف العلاقات العامة قابلة للتحقيق والتعديل والتطوير .		
٦	تتناسب أهداف العلاقات العامة مع امكانات إدارة العلاقات العامة .		
٧	<p>من أهم أهداف العلاقات العامة في مؤسستكم التالي :</p> <p>أ- توضح أهداف المؤسسة وأدوارها للجمهور .</p> <p>ب- تساعد على تسليط الضوء على برامج المؤسسة</p> <p>ج- توعية الجمهور الداخلي والخارجي بأحداث المؤسسة .</p> <p>د- العمل على التخلص من الشائعات والحملات المغرضة بإبراز الحقائق وكشفها أمام الجمهور .</p> <p>هـ- إعلام الجمهور بخدمات النادي التي تقدمها لهم وبكافة الاستفادة من هذه الخدمات .</p> <p>و- تعديل المفاهيم السلبية داخل النادي ، وتحويلها إلى اتجاهات ايجابية .</p> <p>ز- تشجيع الأعضاء على الاشتراك في الأنشطة المختلفة التي تقدمها المؤسسة .</p> <p>ح- زيادة العلاقات الإنسانية بين الجمهور الداخلي والخارجي</p> <p>ط- الترويج الدائم لخدمات المؤسسة والإعلان عنها .</p> <p>ي- نشر الوعي بأهمية الأنشطة التي تقدمها المؤسسة تجاه الجمهور الداخلي والخارجي .</p> <p>ك- شرح سياسة الإدارة وتوضيحها للعاملين والجمهور .</p> <p>ل- زيادة توثيق وتدعيم العلاقة بين النادي والمؤسسات الأخرى</p> <p>م- تحقيق السمعة الطيبة للنادي الرياضي .</p> <p>ن- كسب ثقة وتأييد المؤسسات التي تتعامل مع النادي الرياضي</p>		
	* مقترحات ترون سيادتكم إضافتها إلى محور أهداف العلاقات العامة		
	.....		
	.....		
	.....		

المحور الثاني : دور العلاقات العامة تجاه المؤسسة والأعضاء والجمهور

م	اسم العبارة	موافق	غير موافق
١	تعمل إدارة العلاقات العامة على تدعيم أنشطة الإدارات الأخرى بالنادي		
٢	تقوم العلاقات العامة بتوفير المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات لإدارة النادي		
٣	يتم الاهتمام بدور العلاقات العامة وأنشطتها من قبل إدارة النادي .		
٤	تساعد العلاقات العامة على تحليل ما ينشر بوسائل الإعلام تجاه المؤسسة .		
٥	تعمل على بحث وتحليل جميع المسائل التي تتعلق بالإدارة العليا ورفعها إليها .		
٦	تشجيع عملية الاتصال ببيان إدارة النادي والجمهور بعضهم البعض .		
٧	تساعد على التنسيق بين الإدارات المختلفة في النادي من ناحية وبين الجمهور الداخلي والخارجي من ناحية أخرى .		
٨	تساعد على رعاية جميع العاملين بالنادي في شتى المجالات النفسية والصحية والاجتماعية والرياضية .		
٩	تمد إدارة العلاقات العامة المؤسسة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام		
١٠	تساعد على حماية النادي من أي نشر للأخبار الكاذبة أو الغير صحيحة		
١١	تعمل العلاقات العامة على دراسة الرأي العام لأعضاء وجمهور النادي		
١٢	توفر العلاقات العامة نظاماً للاقتراحات لاتخاذ القرارات لإدارة النادي .		
١٣	تنظم إدارة العلاقات العامة حلقات نقاشية مع النقاد والرياضيين لتوضيح دور وأهداف النادي .		
١٤	تعمل العلاقات العامة على تعريف الجمهور بالنادي وخدماته بهدف الحصول على تأييد الجماهير للنادي .		
١٥	تساعد العلاقات العامة الجمهور على تكوين رأى سليم تجاه المؤسسة من خلال المعلومات الصحيحة والصادقة		
١٦	تتأكد العلاقات العامة من أن ما ينشر على الجمهور صحيح وسليم		
١٧	تساعد العلاقات العامة على وجود جو متفاهم بين النادي والجمهور بعضهم البعض .		
	* مقترحات أخرى ترون سيادتكم إضافتها إلى محور دور العلاقات العامة تجاه المؤسسة والأعضاء والجمهور:		
	.....		
	.....		
	.....		
	.....		

المحور الثالث : الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة :

م	اسم العبارة	موافق	غير موافق
١	الرحلات : أ- رحلات اليوم الواحد . ب- رحلات المبيت . ج- رحلات الحج والعمرة . د- رحلات المصايف .		
٢	الندوات والمؤتمرات : أ- ثقافية . ب- رياضية . ج- فنية . د- دينية . هـ- طبية .		
٣	المعارض : أ- تخصصية في نوع معين . ب- عامة في أنواع مختلفة . ج- خيرية .		
٤	وسائل الاتصال والإعلام : أ- الصحف . ب- المجلات . ج- الانترنت . د- الإذاعة . هـ- التلفزيون . و- البريد . ز- الفاكس . ح- زيارات ومتابعة . ط- النشرات . ي- المطبوعات . ك- الملصقات . ل- أوراق دعاية . م- الأفلام السينمائية للنادي . ن- كتيب الإنجازات .		

تابع المحور الثالث : الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة :

٥	الحفلات : أ- مناسبات خاصة . ب- مناسبات عامة ( أعياد - مواسم ) .
٦	أنشطة خاصة بخدمات الأعضاء : أ- مكتب حجز قطارات وطائرات . ب- مكتب توثيق عقاري . ج- تراخيص سيارات . د- تخفيضات . هـ- جوازات سفر . و- تأشيرات . ز- قرارات وزارية . ح- دورات تدريبية .
٧	أنشطة أخرى : أ- مسابقات . ب- كشافة وجواله . ج- استقبال وفود . د- إجراء بحوث الرأي العام . هـ- متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام . و- شرح أهداف وسياسات النادي للجماهير .
	* مقترحات أخرى ترون سيادتكم إضافتها إلى محور الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة : ..... ..... .....

المحور الرابع : الإمكانيات الخاصة بإدارة العلاقات العامة :

م	اسم العبارة	موافق	غير موافق
١	توافر عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة بشكل مناسب		
٢	توافر عدد القيادات بإدارة العلاقات العامة بشكل مناسب		
٣	توافر المؤهلات العلمية لدى شاغلي إدارة العلاقات العامة .		
٤	توافر الأدوات والأجهزة لإدارة العلاقات العامة .		
٥	توافر منشآت خاصة يتم من خلالها ممارسة إدارة العلاقات العامة لأنشطتها .		
٦	توافر التمويل الخاص بتنفيذ برامج العلاقات العامة .		
٧	توجد مرتبات ومكافآت للعاملين بإدارة العلاقات العامة .		
٨	تتوافر الدورات التدريبية للعاملين بإدارة العلاقات العامة		
٩	يتم استخدام أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا في مجال الأجهزة الالكترونية		
	* مقترحات أخرى ترون سيادتكم إضافتها إلى لمحور الإمكانيات الخاصة بإدارة العلاقات العامة : ..... ..... ..... .....		

المحور الخامس : المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة :

م	اسم العبارة	موافق	غير موافق
١	تعتبر الاتصالات الشخصية هي أساس عمل العلاقات العامة .		
٢	تتعامل الإدارة العليا مع العلاقات العامة على أساس أنها واجهة شكلية فقط .		
٣	لا يتم إعطاء العلاقات العامة السلطات الكافية لمزاولة الخطط والبرامج .		
٤	لا تهتم الإدارة العليا باستشارة إدارة العلاقات العامة .		
٥	يوجد نقص بالقدرات الفنية لأداء الأدوار المختلفة للعاملين بالعلاقات العامة .		
٦	توجد صعوبات في الاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي .		
٧	عدم دقة البيانات من أهم معوقات العلاقات العامة .		
٨	إهمال عنصر الكفاءة عند القيام بتعيين العاملين بالعلاقات العامة .		
٩	عدم وجود دورات تدريبية للارتقاء بأداء العاملين بالعلاقات العامة .		
١٠	لا توجد ميزانية كافية لأداء أنشطة العلاقات العامة .		
١١	يستشعر أعضاء النادي المشكلات والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة .		
١٢	كثرة الأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة .		
١٣	عدم وجود حوافز ومميزات مادية ومعنوية للعاملين لتمييزهم في إدارة العلاقات العامة .		
١٤	عدم وجود خطط تسير عليها إدارة العلاقات العامة		
١٥	من أهم العقبات التي تؤدي إلى عدم وجود خطط للعلاقات العامة هي : أ- حداثة علم العلاقات العامة في الأندية . ب- عدم الفهم الصحيح لطبيعة دور العلاقات العامة ج- مستوى العمل بإدارة العلاقات العامة لا تحتاج إلى خطة		
١٦	من أهم العقبات التي تواجه عدم معرفة اتجاهات الرأي العام داخل المؤسسة : أ- عدم وجود أبحاث تقيس اتجاهات الرأي العام داخل النادي. ب- عدم الأخذ بنتائج الأبحاث والدراسات التي تقيس اتجاهات الرأي العام		
	* مقترحات أخرى ترون سيادتكم إضافتها إلى محور المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة : ..... ..... .....		

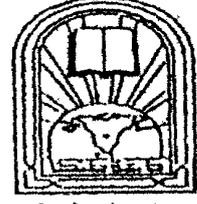
المحور السادس : تقويم إدارة العلاقات العامة :

م	اسم العبارة	موافق	غير موافق
١	توجد تقارير دورية عن الأعمال التي تتم بإدارة العلاقات العامة		
٢	تشارك الإدارة العليا في تقويم برامج إدارة العلاقات العامة		
٣	وجود اختبارات دورية لتقويم قدرات العاملين بالعلاقات العامة		
٤	توجد وسائل مختلفة لتقويم العلاقات العامة		
٥	تعتبر الوسائل الأكثر استخداماً في التقويم هي : أ- تقارير دورية ب- الاستقصاء ج- نتائج بحوث الرأي العام د- المقابلات الشخصية هـ- المقارنة بين أهداف المؤسسة وما تم تنفيذه و- الملاحظة المباشرة .		
٦	الذي يقوم بعملية التقويم لإدارة العلاقات العامة هو : أ- إدارة العلاقات العامة ب- مدير النادي ج- مجلس إدارة النادي		
٧	يوجد متخصصين في مجال التقويم		
٨	يتم التأكد من أن خطط العلاقات العامة تسير وفق البرنامج الزمني لها		
٩	يتم استخدام الحاسبات الآلية ونظم المعلومات بعمل قاعدة بيانات تساعد على تقويم إدارة العلاقات العامة .		
١٠	مناسبة أساليب التقويم لطبيعة العلاقات العامة		
	* مقترحات أخرى ترون سيادتكم إضافتها إلى محور تقويم إدارة العلاقات العامة : ..... ..... ..... .....		

مرفق رقم ( ٤ )  
استمارة الإستبيان في صورتها النهائية

مرفق ( ٤ )

استمارة الإستبيان في صورتها النهائية



جامعة طنطا

كلية التربية الرياضية

قسم الإدارة الرياضية

استمارة استبيان

السيد الأستاذ / .....

تحية طيبة وبعد ،،،

يقوم الباحث / كريم محمد محمود الحكيم بإعداد رسالة دكتوراه  
موضوعها :

" نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية "

ويسعى الباحث إلي وضع نظام معلومات لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية من خلال ( التعرف على أهداف إدارة العلاقات العامة - التعرف على دور إدارة العلاقات العامة تجاه المؤسسة والأعضاء والجمهور - التعرف على الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة - التعرف على الإمكانيات الخاصة بإدارة العلاقات العامة - التعرف على المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة - التعرف على تقويم إدارة العلاقات العامة ) ، مع العلم بأن كافة المعلومات والنتائج لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط .

والباحث يرجوا من سيادتكم لما لكم من خبرة علمية وعملية كبيرة في مجال العلاقات العامة التكرم بالإجابة على استمارة الاستبيان وذلك بوضع علامة ( √ ) أمام الخانة المناسبة .

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام ،،،

الباحث

كريم محمد محمود الحكيم  
مدرس مساعد بقسم الإدارة الرياضية  
كلية التربية الرياضية  
جامعة المنصورة

( اختياري )

الاسم :  
المؤهل :  
الوظيفة :  
اسم النادي :  
الخبرة :

المحور الأول : أهداف إدارة العلاقات العامة :

م	اسم العبارة	نعم	إلى حد ما	لا
١	توجد أهداف محددة لإدارة العلاقات العامة يتم العمل من خلالها .	...	.....	.....
٢	تهدف إدارة العلاقات العامة إلى إعلام الجمهور بخدمات النادي التي يقدمها لهم وبكافة الاستفادة من هذه الخدمات .	...	.....	.....
٣	تساعد إدارة العلاقات العامة على تسليط الضوء على برامج النادي .	...	.....	.....
٤	تقوم إدارة العلاقات العامة بتوعية الجمهور الداخلي والخارجي بأحداث النادي .	...	.....	.....
٥	تقوم إدارة العلاقات العامة بتحليل الشائعات التي تنتشر بين جماهير النادي لمواجهتها .	...	.....	.....
٦	تعمل إدارة العلاقات العامة على التخلص من الشائعات والحملات المغرضة بإبراز الحقائق وكشفها أمام الجمهور	...	.....	.....
٧	توضح إدارة العلاقات العامة أهداف النادي وأدواره للجمهور .	...	.....	.....
٨	تعديل إدارة العلاقات العامة المفاهيم السلبية داخل النادي ، وتحويلها إلى اتجاهات ايجابية .	...	.....	.....
٩	تشجع إدارة العلاقات العامة الأعضاء على الاشتراك في الأنشطة المختلفة التي يقدمها النادي .	...	.....	.....
١٠	تعمل إدارة العلاقات العامة على زيادة العلاقات الإنسانية بين الجمهور الداخلي والخارجي .	...	.....	.....
١١	تروج إدارة العلاقات العامة دائماً لخدمات النادي والإعلان عنها .	...	.....	.....
١٢	تنتشر إدارة العلاقات العامة الوعي بأهمية الأنشطة التي يقدمها النادي تجاه الجمهور الداخلي والخارجي	...	.....	.....
١٣	تعمل إدارة العلاقات العامة على شرح سياسة إدارة النادي وتوضيحها للعاملين والجمهور .	...	.....	.....
١٤	تقوم إدارة العلاقات العامة بتوثيق وتدعيم العلاقة مع المؤسسات الأخرى .	...	.....	.....
١٥	تساعد إدارة العلاقات العامة على تحقيق السمعة الطيبة للنادي الرياضي .	...	.....	.....
١٦	تحاول إدارة العلاقات العامة كسب ثقة وتأييد المؤسسات التي تتعامل معها .	...	.....	.....

المحور الثاني : دور العلاقات العامة تجاه المؤسسة والأعضاء والجمهور :

م	اسم العبارة	نعم	إلى حد ما	لا
١	تعمل إدارة العلاقات العامة على تدعيم أنشطة الإدارات الأخرى بالنادي .	...	.....	.....
٢	تقوم إدارة العلاقات العامة بتوفير المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات لإدارة النادي .	...	.....	.....
٣	يتم الاهتمام بدور إدارة العلاقات العامة وأنشطتها من قبل إدارة النادي .	...	.....	.....
٤	تساعد إدارة العلاقات العامة على تحليل ما ينشر بوسائل الإعلام تجاه النادي .	...	.....	.....
٥	تعمل إدارة العلاقات العامة على بحث وتحليل جميع المسائل التي تتعلق بالإدارة العليا ورفعها إليها .	...	.....	.....
٦	تشجيع إدارة العلاقات العامة عملية الاتصال بين إدارة النادي والجمهور بعضهم البعض .	...	.....	.....
٧	تساعد إدارة العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات في النادي من ناحية وبين الجمهور الداخلي والخارجي من ناحية أخرى	...	.....	.....
٨	تساعد إدارة العلاقات العامة على رعاية جميع العاملين بالنادي في شتى المجالات النفسية والصحية والاجتماعية والرياضية .	...	.....	.....
٩	تمد إدارة العلاقات العامة النادي بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام .	...	.....	.....
١٠	تساعد إدارة العلاقات العامة على حماية النادي من أي نشر للأخبار الكاذبة أو غير الصحيحة .	...	.....	.....
١١	تعمل إدارة العلاقات العامة على دراسة الرأي العام لأعضاء وجمهور النادي .	...	.....	.....
١٢	توفر إدارة العلاقات العامة نظاماً للاقتراحات لاتخاذ القرارات لإدارة النادي .	...	.....	.....
١٣	تنظم إدارة العلاقات العامة حلقات نقاشية مع النقاد والرياضيين لتوضيح دور وأهداف النادي .	...	.....	.....
١٤	تعمل إدارة العلاقات العامة على تعريف الجمهور بالنادي وخدماته بهدف الحصول على تأييد الجماهير للنادي .	...	.....	.....
١٥	تساعد إدارة العلاقات العامة الجمهور على تكوين رأي عام سليم تجاه المؤسسة من خلال المعلومات الصحيحة والصادقة .	...	.....	.....
١٦	تتأكد إدارة العلاقات العامة من أن ما ينشر على الجمهور صحيح وسليم .	...	.....	.....
١٧	تساعد إدارة العلاقات العامة على وجود جو مفاهيم بين النادي والجمهور بعضهم البعض .	...	.....	.....
١٨	تتابع إدارة العلاقات العامة ما ينشر في مختلف وسائل الإعلام حول النادي وتتولى الرد	...	.....	.....

المحور الثالث : الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة :

م	اسم العبارة	نعم	إلى حد ما	لا
١	الرحلات :	....	.....	.....
	أ-رحلات اليوم الواحد .	....	.....	.....
	ب-رحلات المبيت .	....	.....	.....
	ج-رحلات الحج والعمرة .	....	.....	.....
٢	د-رحلات المصايف .	....	.....	.....
	الندوات والمؤتمرات :	....	.....	.....
	أ- ثقافية .	....	.....	.....
	ب- رياضية .	....	.....	.....
	ج- فنية .	....	.....	.....
٣	د- دينية .	....	.....	.....
	هـ- طبية .	....	.....	.....
	المعارض :	....	.....	.....
	أ- تخصصية في نوع معين .	....	.....	.....
	ب- عامة في أنواع مختلفة .	....	.....	.....
٤	ج- خيرية .	....	.....	.....
	وسائل الاتصال والإعلام :	....	.....	.....
	أ- الصحف .	....	.....	.....
	ب- المجالات .	....	.....	.....
	ج- الانترنت .	....	.....	.....
	د- الإذاعة .	....	.....	.....
	هـ- التلفزيون .	....	.....	.....
	و- البريد .	....	.....	.....
	ز- الفاكس .	....	.....	.....
	ح- زيارات ومتابعة .	....	.....	.....
	ط- النشرات .	....	.....	.....
	ي- المطبوعات .	....	.....	.....
	ك- الملصقات .	....	.....	.....
ل- أوراق دعائية .	....	.....	.....	
م- الأفلام السينمائية للنادي .	....	.....	.....	
ن- كتيب الإنجازات .	....	.....	.....	

تابع المحور الثالث : الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة :

.....	.....	.....	٥ الحفلات : أ- مناسبات خاصة .
.....	.....	.....	ب- مناسبات عامة ( أعياد - مواسم ) .
.....	.....	.....	٦ أنشطة خاصة بخدمات الأعضاء : أ- مكتب حجز قطارات وطائرات .
.....	.....	.....	ب- مكتب توثيق عقاري .
.....	.....	.....	ج- تراخيص سيارات .
.....	.....	.....	د- تخفيضات .
.....	.....	.....	هـ- جوازات سفر .
.....	.....	.....	و- تأشيرات .
.....	.....	.....	ز- دورات تدريبية .
.....	.....	.....	٧ أنشطة أخرى : أ- مسابقات .
.....	.....	.....	ب- كشافة وجواله .
.....	.....	.....	ج- استقبال وفود .
.....	.....	.....	د- إجراء بحوث الرأي العام .
.....	.....	.....	هـ- متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام .
.....	.....	.....	و- شرح أهداف وسياسات النادي للجماهير .

المحور الرابع : الإمكانيات الخاصة بإدارة العلاقات العامة :

م	اسم العبارة	نعم	إلى حد ما	لا
١	توافر عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة بشكل مناسب	....	.....	.....
٢	توافر عدد القيادات بإدارة العلاقات العامة بشكل مناسب	....	.....	.....
٣	توافر المؤهلات العلمية لدى شاغلي إدارة العلاقات العامة .	....	.....	.....
٤	توافر الأدوات والأجهزة لإدارة العلاقات العامة .	....	.....	.....
٥	توافر منشآت خاصة يتم من خلالها ممارسة إدارة العلاقات العامة لأنشطتها .	....	.....	.....
٦	توافر التمويل الخاص بتنفيذ برامج العلاقات العامة .	....	.....	.....
٧	توجد عائد مادي مناسب للعاملين بإدارة العلاقات العامة	....	.....	.....
٨	تتوافر الدورات التدريبية للعاملين بإدارة العلاقات العامة .	....	.....	.....
٩	يتم استخدام أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا في مجال الأجهزة الالكترونية .	....	.....	.....

المحور الخامس : المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة :

م	اسم العبارة	نعم	إلى حد ما	لا
١	تعتبر الاتصالات الشخصية هي أساس عمل العلاقات العامة	.....	.....	.....
٢	تتعامل الإدارة العليا مع العلاقات العامة على أساس أنها واجهة شكلية فقط .	.....	.....	.....
٣	لا يتم إعطاء العلاقات العامة السلطات الكافية لوضع الخطط وتنفيذ البرامج .	.....	.....	.....
٤	لا تهتم الإدارة العليا باستشارة إدارة العلاقات العامة .	.....	.....	.....
٥	يوجد نقص في القدرات الفنية لأداء الأدوار المختلفة للعاملين بالعلاقات العامة .	.....	.....	.....
٦	توجد صعوبات في الاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي	.....	.....	.....
٧	عدم دقة البيانات من أهم معوقات العلاقات العامة .	.....	.....	.....
٨	إهمال عنصر الكفاءة عند القيام بتعيين العاملين بالعلاقات العامة	.....	.....	.....
٩	عدم وجود دورات تدريبية للارتقاء بأداء العاملين بالعلاقات العامة	.....	.....	.....
١٠	لا توجد ميزانية كافية لأداء أنشطة العلاقات العامة .	.....	.....	.....
١١	يستشعر أعضاء النادي المشكلات والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة .	.....	.....	.....
١٢	كثرة الأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة .	.....	.....	.....
١٣	عدم وجود حوافز ومميزات مادية ومعنوية للعاملين لمتميزين في إدارة العلاقات العامة .	.....	.....	.....
١٤	عدم وجود خطط تسير عليها إدارة العلاقات العامة .	.....	.....	.....
١٥	من أهم العقبات التي تؤدي إلى عدم وجود خطط للعلاقات العامة هي : أ- حداثة علم العلاقات العامة في الأندية . ب- عدم الفهم الصحيح لطبيعة دور العلاقات العامة ج- مستوى العمل بإدارة العلاقات العامة لا تحتاج إلى خطة	.....	.....	.....
١٦	من أهم العقبات التي تواجه عدم معرفة اتجاهات الرأي العام داخل النادي : أ- عدم وجود أبحاث تقيس اتجاهات الرأي العام داخل النادي ب- عدم الأخذ بنتائج الأبحاث والدراسات التي تقيس اتجاهات الرأي العام .	.....	.....	.....

المحور السادس : تقويم إدارة العلاقات العامة :

م	اسم العبارة	نعم	إلى حد ما	لا
١	توجد تقارير دورية عن الأعمال التي تتم بإدارة العلاقات العامة .	....	.....	.....
٢	تشارك الإدارة العليا في تقويم برامج إدارة العلاقات العامة .	....	.....	.....
٣	وجود اختبارات دورية لتقويم قدرات العاملين بالعلاقات العامة .	....	.....	.....
٤	توجد وسائل مختلفة لتقويم العلاقات العامة .	....	.....	.....
٥	تعتبر الوسائل الأكثر استخداماً في التقويم هي : أ- تقارير دورية . ب- الاستقصاء . ج- نتائج بحوث الرأي العام . د- المقابلات الشخصية . هـ- المقارنة بين أهداف النادي وما تم تنفيذه . و- الملاحظة المباشرة .	....	.....	.....
٦	الذي يقوم بعملية التقويم لإدارة العلاقات العامة هو : أ- إدارة العلاقات العامة . ب- مدير النادي . ج- مجلس إدارة النادي . د- جمهور النادي الداخلي والخارجي .	....	.....	.....
٧	يوجد متخصصين يتم الاستعانة بهم في مجال التقويم .	....	.....	.....
٨	يتم التأكد من أن خطط العلاقات العامة تسير وفق البرنامج الزمني لها .	....	.....	.....
٩	يتم استخدام الحاسبات الآلية ونظم المعلومات بعمل قاعدة بيانات تساعد على تقويم إدارة العلاقات العامة .	....	.....	.....
١٠	مناسبة أساليب التقويم لطبيعة العلاقات العامة .	....	.....	.....

## الملخصات

ملخص الرسالة باللغة العربية

مستخلص الرسالة باللغة العربية

ملخص الرسالة باللغة الإنجليزية

مستخلص الرسالة باللغة الإنجليزية

## ملخص الدراسة باللغة العربية

" نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية "

يمر مجتمعنا المعاصر بنهضة كبيرة في جميع المجالات بصفة عامة وفي المجال الرياضي بصفة خاصة ، والتي نلاحظها في الكثير من التغيرات التي بدأت تأخذ الواقع التطبيقي مثل أنظمة الجودة والعولمة ..... وغيرها ، وتتميز مثل هذه الأنظمة بأنها تقوم على أساس علمي هادف ، ولقد بدأ المجال الرياضي في الاعتماد على البحث العلمي الذي ظهرت أهميته في بناء وتنمية الفرد والمجتمع تنمية متكاملة .

ويرى الباحث أن المعلومات أصبحت عنصراً حيوياً وهاماً في حياتنا اليومية ، وأصبح كل فرد بل وجميع المنظمات والهيئات تعتمد اعتماداً كبيراً على المعلومات في مواجهة الظروف المتغيرة والمنافسة ، ومع التغير الذي نلاحظه في ظل بيئة تتميز بالتغير السريع كان لابد للأفراد والمؤسسات والهيئات مواكبة هذه التغير من خلال توفير نظم يمكن من خلالها الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات لاتخاذ القرارات السليمة .

ولقد أدركت الأندية الرياضية أهمية نظم المعلومات بإدارات العلاقات العامة في المجال الرياضي بعدما تحولت الرياضي إلى نظام الاحتراف ودخول رؤوس الأموال بقوة إلى المجال الرياضي ، وزيادة قاعدة الممارسين والمشاهدين الذي أدى بالتالي إلى تشابك المصالح بين الأفراد والجماهير من جهة ، وبين الأندية الرياضية من جهة أخرى ، ولذا كان من الضروري أن يكون هناك توازن بين هذه العلاقة بحيث تعتمد على التفاهم المتبادل ، وتبادل المنفعة واستثمار لكل الجهود في شتى المجالات ولذلك ظهرت نظم المعلومات بإدارات العلاقات العامة في المجال الرياضي بهدف رعاية العلاقات الإنسانية بين أعضاء النادي من جهة وإقامة علاقات تتميز بالثقة بين فئات الجماهير المختلفة من جهة أخرى بقصد نجاح الأندية الرياضية في تطبيقها لبرامجها وأنشطتها الرياضية المختلفة التي تعود بالفائدة والنفعة على المجتمع .

ولقد كان هناك العديد من الأسباب التي أدت إلى الحاجة إلى وجود نظم المعلومات بإدارات العلاقات العامة داخل الأندية الرياضية والتي يمكن توضيحها في الأسباب التالية :

- تزايد الدور الذي تقوم به الأندية الرياضية نحو الجماهير ، ولذا تحتاج إلى معلومات تعمل على تحسين خدماتها لتفعيل جو الثقة بين النادي والجمهور .

- تعدد الأنشطة والبرامج الرياضية والاجتماعية وغيرها داخل النادي ، وتطور هذه الأنشطة لتشمل التمثيل الدولي والتي أصبح هناك طلب على كسب الرأي العام وتحسين صورة النادي الرياضي .

- نتيجة التزايد على المعلومات والحقائق الرياضية من جانب الجماهير .

- نتيجة لتشابك العلاقات بين النادي الرياضي وغيره من الأندية والمؤسسات الرياضية والاجتماعية الأخرى وخاصة وسائل الإعلام ، ولذا كان من الضروري الاعتماد على نظم المعلومات بإدارات العلاقات العامة لتوضيح وجهات نظر النادي الرياضي ، ومحاولة للتصدي لكثير من الإشاعات والرد عليها .

- تزايد مجالات وأنشطة ومسابقات النادي الرياضي سواء كانت محلية أو عربية أو إفريقية أو دولية ، أدى إلى التشابك في العلاقات مما يؤدي إلى وجود إدارة للعلاقات العامة تقوم بتنسيق وعلاج ما يترتب على هذا التشابك في العلاقات .

وتعتمد الأندية الرياضية في تنظيمها لإدارة العلاقات العامة على مجموعة من البرامج العلمية المدروسة ، ونظم للمعلومات بحيث تخدم هذه النظم والبرامج كل فئات الجمهور الذي يتعامل معه النادي الرياضي سواء كان هذا الجمهور داخلياً متمثلاً في الأعضاء أو العاملين به ، وبين الجمهور الخارجي المتمثل في جمهور المشجعين ، والمؤسسات الرياضية الأخرى التي تتعامل مع النادي الرياضي .

وقد قام الباحث بتحليل الدراسات المرجعية والتي تناولت دور ووظائف العلاقات العامة في الأندية الرياضية لم يجد الباحث سوى دراستين وهما دراسة عادل حسن سيد ١٩٩٧م وعنوانها " تقويم العلاقات العامة في بعض أندية جمهورية مصر العربية " ، ودراسة محمود السيد إسماعيل ٢٠٠٤م وعنوانها " وضع استراتيجية للعلاقات العامة في الأندية الرياضية بمدن القناة " ، وكان من أهم النتائج التي توصل إليها الباحثان هي القصور الشديد في دور ووظائف وأنشطة العلاقات العامة التي تتم في الأندية الرياضية في جمهورية مصر العربية.

ومن خلال إطلاع الباحث على الدراسات المرجعية ، وفي حدود علم الباحث لم يجد الباحث دراسات تناولت موضوع نظم المعلومات في مجال العلاقات العامة في المجال الرياضي .

وقد قام الباحث بعمل دراسة استطلاعية في أندية محافظة الدقهلية وشملت الدراسة أندية الحوار ونادى جزيرة الورد والمنصورة الرياضي والذي تبين أن إدارة العلاقات العامة عبارة عن إدارة تقوم في أغلب الأحيان بأعمال السكرتارية والتحصير لمجموعة الأنشطة التي يقترحها مجلس الإدارة ، وتبين أيضاً انه ليس هناك خطة واضحة تعمل في ضوءها إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية في المحافظة ونتيجة لذلك كان هناك قصور في دور الإدارات تجاه جمهورها سواء كان الجمهور الداخلي أو الخارجي ويتلخص ذلك في عدم الوعي الكامل بأهمية دور العلاقات العامة من قبل جمهور الأندية على اعتبار أنها ما هي إلا واجهة شكلية فقط لإدارة النادي لمقابلة المسؤولين .

ويرى الباحث أن إدارة العلاقات العامة في أغلب الأندية الرياضية عبارة عن إدارة حديثة لم تقم على أسس وعلوم تحدد استراتيجيتها في العمل ، بل واستمر العمل على نفس الأداء دون تعديل أو تطوير في أعمالها وأنشطتها .

ونتيجة للأسباب السابقة سوف يقوم الباحث بتصميم نظام للمعلومات لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية ، من خلال الأهداف التالية (التعرف على أهداف إدارة العلاقات العامة - التعرف على دور إدارة العلاقات العامة تجاه المؤسسة والأعضاء والجمهور - التعرف على الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة - التعرف على الإمكانيات الخاصة بإدارة العلاقات العامة - التعرف على المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة - التعرف على تقويم إدارة العلاقات العامة ) ، ويحتوى النظام على جميع الأعمال التي تتعلق بإدارة العلاقات العامة من أنشطة وبرامج لتكون نواة يتم العمل بها للعاملين بإدارة العلاقات العامة في الأندية الرياضية.

#### هدف البحث :

يهدف البحث إلى وضع نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية من خلال التعرف على :

- أهداف إدارة العلاقات العامة .
- دور إدارة العلاقات العامة تجاه المؤسسة والأعضاء والجمهور .
- الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة .
- الإمكانيات الخاصة بإدارة العلاقات العامة .
- المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة .
- تقويم إدارة العلاقات العامة .

إجراءات البحث :

المنهج المستخدم :

استخدم الباحث المنهج الوصفي " الدراسات المسحية " بخطواته وإجراءاته .

مجتمع البحث :

تم اختيار مجتمع الدراسة من مديري الأندية ، ومديري إدارات العلاقات العامة ، وأخصائيي العلاقات العامة بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية .

عينة البحث :

تمثلت عينة الدراسة من ( ١٤٣ ) فرداً تم اختيارهم بالطريقة العمدية العشوائية من مديري الأندية ، ومديري إدارات العلاقات العامة ، وأخصائيي العلاقات العامة بالأندية الرياضية بواقع ٣٦ مدير نادي ، ٣٩ مدير علاقات عامة ، ٦٩ أخصائي علاقات عامة .

أدوات جمع البيانات :

اعتمد الباحث في جمع البيانات المتعلقة بهذه الدراسة على :

- ١- استمارة استبيان من تصميم الباحث ، وقد اتبع الخطوات التالية في إعدادها :-
  - القراءات النظرية والدراسات المرجعية المرتبطة بموضوع البحث الحالي .
  - استخدم الباحث أسلوب المقابلة الشخصية للحصول على البيانات التي تفيد هذه الدراسة مع بعض الخبراء في مجال إدارة العلاقات العامة .
- ٢- برنامج حاسب آلي ينظم جميع العمليات الإدارية في إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية .

الدراسة الاستطلاعية :

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة عمدية قوامها ٣٠ فرداً بواقع ٤ مدير نادي و ٤ مدير إدارة علاقات عامة و ٢٢ أخصائي علاقات عامة ، وتم ذلك بفاصل زمني ( ١٥ ) يوماً حيث تم التطبيق الأول في ٢ / ٩ / ٢٠٠٨ م ، والتطبيق الثاني في ١٧ / ٩ / ٢٠٠٨ م

تطبيق استمارة الإستبيان :-

قام الباحث بتطبيق استمارة الإستبيان في صورتها النهائية على عينة الدراسة من الإداريين والمدربين والحكام ، في الفترة من ٢٢ / ٩ / ٢٠٠٨ م ، وحتى ٢٣ / ١١ / ٢٠٠٨ م ، وبعد الانتهاء من تطبيق استمارة الإستبيان تم جمعها وتفريغ البيانات لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة لهذه البيانات .

## المعالجات الإحصائية المستخدمة :-

استخدم الباحث المعالجات الإحصائية الملائمة لطبيعة بيانات الدراسة ،  
وذلك من خلال البرنامج الإحصائي SPSS ، وكانت كالتالي :

- المتوسط الحسابي .
- التكرار .
- الترتيب .
- الانحراف المعياري .
- معامل ارتباط بيرسون .
- معادلة سبيرمان براون لحساب الثبات
- اختبارات .
- معامل كاي ٢ .
- النسبة المئوية .

## إستخلاصات الدراسة :

- ١- لا يتم تحليل الشائعات التي تنتشر بين جماهير النادي لمواجهتها .
- ٢- ضعف العلاقات الإنسانية التي بين كلا الجمهور الداخلي والخارجي .
- ٣- عدم شرح سياسة إدارة النادي وتوضيحها للعاملين والجمهور .
- ٤- لا تساعد إدارة العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة في النادي من ناحية وبين الجمهور الداخلي والخارجي من ناحية أخرى .
- ٥- لا تعمل إدارة العلاقات العامة على دراسة الرأي العام لأعضاء وجمهور النادي .
- ٦- هناك قصور في العديد من بالأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة وهي ( الرحلات مثل رحلات المبيت ، ورحلات الحج والعمرة - وسائل الاتصال والإعلام مثل الأفلام السينمائية للنادي ، وكتيب الإنجازات - أنشطة أخرى خاصة بخدمات الأعضاء مثل مكتب توثيق عقاري ، وتراخيص سيارات ) .

- ٧- نقص التمويل الخاص بتنفيذ برامج إدارة العلاقات العامة .
- ٨- لا يوجد عائد مادي مناسب للعاملين بإدارة العلاقات العامة .
- ٩- نقص الدورات التدريبية للعاملين بإدارة العلاقات العامة .
- ١٠- عدم الاستعانة بأحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا في مجال الأجهزة الإلكترونية .
- ١١- عدم دقة البيانات من أهم معوقات إدارة العلاقات العامة .
- ١٢- من أهم العقبات التي تواجه عدم معرفة اتجاهات الرأي العام داخل النادي هي عدم الأخذ بنتائج الأبحاث والدراسات التي تقيس اتجاهات الرأي العام .
- ١٣- لا يتم استخدام الحاسبات الآلية ونظم المعلومات بدرجة كافية لعمل قاعدة بيانات تساعد على تقويم إدارة العلاقات العامة .

### توصيات الدراسة :

- ١- متابعة ما يجرى على الساحة الرياضية بهدف التعرف أولاً بأول على الشائعات التي تتم جمهور النادي ، ووضع الخطط الكفيلة بالقضاء عليها .
- ٢- زيادة الترابط بين كلا من جمهور النادي الداخلي والخارجي .
- ٣- ضرورة وضع آلية لتعريف وشرح سياسة النادي للعاملين والجمهور .
- ٤- التنسيق الدائم والمستمر بين إدارات النادي المختلفة وبين تعاملاتها مع جمهور النادي .
- ٥- العمل على إجراء دراسات الرأي العام للتعرف على اتجاهات العاملين والجمهور تجاه المؤسسة .
- ٦- الاهتمام بجميع الأنشطة التي تتم داخل النادي .
- ٧- استحداث خدمات أخرى لجمهور النادي الداخلي والخارجي لزيادة الترابط مع إدارة النادي .
- ٨- زيادة التمويل الخاص لإدارة العلاقات العامة حتى تستطيع أداء جميع الأنشطة المدرجة ضمن خطة النشاط على أكمل وجه .

٩- ضرورة توفير عائد مادي مناسب للعاملين بإدارة العلاقات العامة حتى يستطيع أداء واجباته على أكمل وجه ، ولضمان التأييد التام والكامل تجاه ناديه.

١٠- ضرورة توفير الدورات التدريبية في مجال العلاقات العامة والمجالات الأخرى لزيادة مهارة العاملين بإدارة العلاقات العامة .

١١- يجب توفير الأجهزة الالكترونية الحديثة لتسهيل عمل العاملين بإدارة العلاقات العامة .

١٢- ضرورة التأكيد المستمر على دقة البيانات التي يتم التعامل معها حتى يتم اتخاذ قرارات سليمة وإيجابية .

١٣- توفير نظام لمتابعة ما يتم عمله تجاه الأبحاث التي تهدف إلى قياس الرأي العام.

١٤- ضرورة عمل قاعدة بيانات تساعد على تقويم إدارة العلاقات العامة .

١٥- ضرورة تطبيق نظام المعلومات على جميع الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية .

## مستخلص البحث باللغة العربية

بحث مقدم من : كريم محمد محمود الحكيم

عنوان البحث " نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية "

يهدف البحث إلى وضع نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية من خلال التعرف على ( أهداف إدارة العلاقات العامة - دور إدارة العلاقات العامة تجاه المؤسسة والأعضاء والجمهور - الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة - الإمكانيات الخاصة بإدارة العلاقات العامة - المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة - تقويم إدارة العلاقات العامة ) ، وتمثلت عينة البحث من ( ١٤٣ ) فرداً يمثلون ٣٩ نادياً في جمهورية مصر العربية ، وكانت الأدوات المستخدمة في جمع البيانات هي الاستبيان ، وأسفرت نتائج البحث عن عدم وضع خطط لمواجهة الشائعات التي تنتشر بين جماهير النادي لمواجهتها ، ضعف العلاقات الإنسانية التي بين كلاً من الجمهور الداخلي والخارجي ، عدم شرح سياسة إدارة النادي وتوضيحها للعاملين والجمهور ، وكانت من أهم التوصيات ضرورة التأكيد المستمر على دقة البيانات التي يتم التعامل معها حتى يتم اتخاذ قرارات سليمة وإيجابية ، توفير نظام لمتابعة ما يتم عمله تجاه الأبحاث التي تهدف إلى قياس الرأي العام ، ضرورة عمل قاعدة بيانات تساعد على تقويم إدارة العلاقات العامة ، ضرورة تطبيق نظام المعلومات على جميع الأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية .

Tanta University  
Faculty of Physical Education  
Sports Administration Dept



**"Information system to develop the role of public relations department in the sporting clubs"**

Prepared by  
**Karim Mohamed Mahmoud Al Hakim**  
Assistant Teacher in Sports Administration Dept  
Faculty of Physical Education  
Mansoura University

Requirements to obtain PH.D degree in physical  
education

Supervised by  
**Prof. Dr.**  
**Yehya fekri mahrouss**  
Professor and the president of  
Sports Administration Dept  
Faculty of Physical Education  
Tanta University

## **Summery of the research**

### **Information system to develop the role of public relations department in the sporting clubs**

Our society passes a big renaissance in all fields and especially in the sporting field which we notice in many changes that started to be in practice like quality and globalization system .....etc .These systems are characterized that they are based on science .The Sporting field began to depend on scientific research which its importance appeared in building and developing the individuals and society .

The researcher sees that information has become vital and important elements in our daily life and every individual elements in our daily life and every individual and all organizations have become depending largely on information to face the changing circumstances .Individuals and establishment have to cope with the changes through presenting systems through which they can obtain the utmost part of information to enable them take the correct decisions .

Sporting clubs have realized the importance of information system in the public relations department in the sporting field after changing sports to professionalism system and after entering capital strongly in the sporting field and the increase of the basis of procticioners and viewers which led to interacting of interests among individual and spectators from one side and the sporting clubs in the other side .So, it was necessary to have balance in these relations to depend on matual understanding and interchanging interest and investing all effortis in different fields.

So, the information systems appeared in the departments of public relations to promote human relations between members of the club from one side and establishing relations that are characterizes with confience among sectors of people in the other side to enable sporting clubs to practice their different sporting programmes and activities which give profit to the society.

There were many reasons which led to the need for information systems in the departments of public relations inside the sporting clubs which can be stated in the following reasons.

- The increasing role of the sporting clubs towards people and so it needs to information to improve its services to activate confidence atmosphere between the club and people.
- Different and various social and sporting activities and programmes inside clubs, and developing these activities to comprise world representations to gain the public opinion and to enhance the image of the sporting club.
- The increasing demand on information and sporting facts from the side of people.
- The interacting relations between the club and other sporting and social establishments especially media and so it was necessary to depend on information system in the departments of public relation to clear the points of view of the club.
- The increase of fields and activities of the sporting club whether they are local, Arab, African, or international.

Sporting clubs depend on a group of scientific programmes and information systems in organizing the departments of public relations to serve all different sectors of people which deal with the club and the sporting establishments.

The researcher has analyzed the reference studies which handled the role and jobs of public relations in the sporting clubs. The researcher has dealt with only two studies.

The first study that of **Adel Hassan Said in 1997** leader the title **"Evaluating public relations in some club in Arab Republic of Egypt** and the second study of **Mahmoud El-Said Ismail in 2004** entitled **"Establishing a strategy for public relations in the sporting clubs in canal cities** "One of the most important results which the two researchers have come to is the strong shortage in the role, jobs and activities of public relations which take part inside the sporting clubs in Arab Republic of Egypt.

Within the knowledge of the researcher and through his look at the reference studies, he did not find studies which dealt with information system in the field of public relations in the sporting field.

The research has made a questionnaire in Dakahlia Governorate clubs which comprised the clubs of El Hawwar , Gazirat al ward club, and El Mansoura Sporting Club which indicated that the department of public relations in most cases deal with secretarial works and preparing for the activities which the board of administration suggests.

The questionnaire has stated also that there is no clear plan through which the departments of public relations in the clubs of the governorate work.

Therefore there was shortage in the role of departments of public relations towards their public whether this public is interior or exterior and this is summarized in the lack of complete awareness of the importance of the role of public relations from the side of the public of clubs because it is only a formal face for the administration of the club to meet the responsibilities.

The researcher sees that the department of public relations is a new department which does not stand on bases and sciences which limit its strategy in work and its work continued on the same practice without modifying or developing in its work and activities.

As result of the preceding reasons, the researcher will promote and design in information system to develop the role of the departments of public relations in the sporting clubs through the following objectives (identifying the role and activities of public relations in the sporting clubs – analysis these roles and activities to identify the negative and positive points which face public relations) the system includes all works which relate to the department of public relation like activities and programmes to be anew clear to work through for the personals of public relations departments in the sporting clubs.

### **Objective of the study :**

The study aims at establishment information system to develop the role of the department in the sporting clubs through the following objectives :

- The goals of public relations administration .
- The role public relations administration , members , audience .
- The activities of public relations administration .
- The Possibilities of public relations administration .
- The ostacles which face public relations administration .
- Evaluation the public relations administration .

**Procedures :**

**Method :**

The researcher will use the descriptive curriculum " surveying study " with its procedures and steps .

**The study community :**

The researcher will choose the community of the study from directors , directors of public relations and the specialists of public relations in the sporting clubs in Arab republic of Egypt .

**The study sample :**

The sample has been represented in 143 individual chosen haphazardly and on purpose as follow : 36 club directors , 39 directors of public relations and 69 specialists of public relations .

**Means of collection Data :**

The researcher has depended on a questionnaire form and he followed these steps to prepare it :

- 1- Theoretical reading and reference studies related to the topic of the research.
- 2- The researcher made interviews , to obtain information which benefit this study , with some experts in the field of public relations .
- 3-

**Pilot study :**

The researcher has made a questionnaire study on 30 individual chosen on purpose as follow : 4 directors of clubs , 4 directors of public relations and 22 specialists of public relations within time 15 days .

The first practice happened on 2 / 9 / 2008 and the second took place on 17 / 9 / 2008 .

### **Basic study :**

The researcher applied the questionnaire in its final form on the research sample during 22 / 9 / 2009 to 23 / 11 / 2009 . After finishing with applying the form it was collected and data were cleared out to precede the convenient statistical treatments .

### **Statistical treatments :**

The researcher used the following statistical coefficients due to their convenience to the research nature through the statistical program SPSS and they were as follows :

- 1- Arithmetic mean .
- 2- Repetition .
- 3- Order .
- 4- Standard deviation .
- 5- Person contact factor .
- 6- T-test .
- 7- Ka2 coefficient .
- 8- The percentage .

### **The conclusion of the study:**

- 1- Rumors that spread among spectators of the club are not analysed to face them .
- 2- The weakness of human relations which exist between the interior and exterior public.
- 3- The policy of the club administration is not explained for the workers and the public .
- 4- The department of the public relations does not help coordinating between the different departments in the club from one side and the interior and exterior public from the other side.

- 5- The department of the public relations does not work for the study of the public opinion for the members and the audience of the club.
- 6- There is shortage in the various activities which the department of the public relations practise (trips – Hajj and Omra trips – Communications and media means such as cinema films and achievement booklets other activities concerning members services).
- 7- Shortage of financing relating to carrying out the programmes of public relations.
- 8- There is suitable no fiscal avenue for personnels in the public relations.
- 9- Shortage of the practice cycles for the personnel's .
- 10- Lack of modern technology means in the field of electronic appliances.
- 11- Lack of exactness of data is one of most important obstacles for public relations.
- 12- One of the most obstacles which face lack of knowledge for the attitudes of public opinions inside the club is the lack of using the results of searches and studies which measure the attitudes of public opinion.
- 13- Computers and information technology are not used large scale to make databasis that help to evaluate the public relations department.

### **Study recommendations:**

- 1- Follow up for what is running on the sporting field to identify first by first on rumors among audience of the club and making plans to get rid of them.
- 2- Increase of contact between the interior and exterior audience of the club.
- 3- Making mechanism for identifying and explaining the policy of the club for the workers and audience.

- 4- Constant coordinating between departments of the club and their dealings with the audience.
- 5- Making studies for public opinion to identify the attitudes workers and audience towards the establishment.
- 6- The interest in all fields which take place inside the club.
- 7- Using other services for the interior and exterior audience of the club to increase contact with the club administration.
- 8- Increase the finance for the public relations department.
- 9- The necessity of saving fiscal profit for the workers in public relation department to enable them to do their utmost duties .
- 10- The necessity of saving practice cycles in the field of public relations and other fields to enhance the skill workers.
- 11- Modern electronic appliances must be existed to facilitate the work of personnels in public relations departments .
- 12- The necessity of constant ensuring on the data exactness which are dealt. The necessity of making database to help evaluate the public relations department.
- 13- The necessity of applying information system on all sporting clubs in Arab Republic of Egypt.

## The ABSTRACT

### **" Information system to develop the role of public relations department in the sporting clubs "**

The study aims at putting Information system for developing the role of public relations departments in the sporting clubs through the following objectives ( The goals of public relations administration - The role public relations administration , members , audience - The activities of public relations administration - The Possibilities of public relations administration - The obstacles which face public relations administration - Evaluation the public relations administration ) , The sample of the research is represented in 143 individuals representing 39 clubs in Arab republic of Egypt . The tools used in gathering data is the questionnaire . The results of the research cleared that : rumors are not analyzed to be faced - weakness of human relation between the interior and exterior audience - lack of explaining the policy of the club and clearing it for the audience and workers .

The most important recommendation are constant ensuring on data exactness which are dealt with to take correct and positive decisions, saving a system to follow up what is done towards researches which aim at measuring public opinion, making data base to help in evaluating public relations department , applying data system in all sporting clubs in Arab republic of Egypt .