

اعداد
د/حماده طلحة



فن

البطولات

والدورات الرياضية

فن

البطولات والدورات الرياضية



انطلق

بخطوات عملية لتصميم حملة

لاستضافة البطولات الرياضية

وفق مبادئ وأسس علم وفن الإدارة

الرياضية

مفهوم البطولات والدورات الرياضية

البطولة أو الدورة الرياضية هي سلسلة من المباريات أو المقابلات أو المنافسات الرياضية التي تقام بين وحدات رياضية لمعرفة أحسن هذه الوحدات أو لترتيبها فيما بينها من جهة الأداء الرياضي.

والوحدة المشتركة في الدورة الرياضية قد تكون فردًا – كما في الملاكمة والمصارعة ... وقد تكون فريقًا أو هيئة.

وقد تكون الدورة الرياضية في نشاط واحد كبطولة أفريقيا للملاكمة. وقد تكون في أكثر من نشاط رياضي كدورة البحر الأبيض المتوسط التي تشمل ألعابًا كثيرة منها كرة القدم وكرة السلة والجمباز والسباحة والملاكمة والمصارعة

مفهوم البطولات والدورات الرياضية

وقد تكون الدورة الرياضية على مستوى محلي ضيق كبطولة منطقة كفر الشيخ للمصارعة أو على مستوى إقليمي بحيث يشمل الإقليم أكثر من دولة كدورة البحر الأبيض المتوسط أو الدورة العربية أو على مستوى عالمي كبطولة العالم في كرة القدم أو الدورات الأولمبية الرياضية.

وعلى ذلك فالدورات الرياضية تضيق وتتسع بالنسبة لعدد أوجه النشاط التي تحويها كما تضيق وتتسع أيضاً بالنسبة للوحدة الجغرافية التي تشملها

تعريف البطولات والدورات الرياضية

هي مجموعة من المباريات
أو المسابقات الرياضية الدورية
أو المتكرره في أزمنة محددة وأوقات
معروفة في أماكن محددة أو معروفة
وتحت إشراف هيئة أو إتحادات
رياضية.

العناصر العامة للدورات الرياضية

- المشاركون .
- الوقت والزمن .
- المكان .
- الاداريون .
- الأنشطة .



الشروط العامة للدورات الرياضية

- إشتراك أكثر من فريق رياضي في أكثر من رياضة .
- إقامة الدورات في مكان معلوم وفترة زمنية محددة .
- أن تكون الدورة تحت إشراف هيئة رياضية محددة .
- أن توجد لجنة عليا مختصة ومختصة لإدارة الدورة والإشراف عليها.
- وجود تنظيم محدد وقواعد تحدد اللقاءات والمباريات والفائزين وطرق التسجيل وتحدد المستويات المطلوبة .
- إدارة المسابقات والمباريات بواسطة حكام معتمدين دوليا أو إقليميا أو محليا.
- وجود لوائح وأنظمة وقوانين وقواعد فنية وإدارية توضح الحقوق والمسؤوليات لجميع المساهمين .

الاهتمامات والمسؤوليات الادارية لإقامة الدورات الرياضية

أولاً: معرفة واستنتاج الوقت الملائم

لإقامة الدورات الرياضية :

– للمشاركين أو الدول المشاركة .

– للمنشآت الرياضية (جاهزيتها، توفرها).

– إداريي وموظفي الدورة .

– للجدول الدولي، والاقليمي والمحلي من إستحقاقات

وتأهيل للبطولات العالمية

الاهتمامات والمسؤوليات الادارية لإقامة الدورات الرياضية

ثانيا :التأكد من الاهلية والقانونية المطلوبة
من المشاركين :

–(المؤهلون للمشاركة) التأهل المسبق، العمر، الجنس،ا وغيره.
–مراعات أن تكون بنود وشروط الدورة أو المسابقة متساوية وعادلة
في جميع المنافسات.

–كلما كانت الانظمة والقوانين واللوائح صارمة كلما قلت فرص
التحايل.

–إعلام جميع الفرق والهيئات المشاركة بالقوانين واللوائح والنظم
التي
يجب إتباعها في الدور

الاهتمامات والمسؤوليات الادارية لإقامة الدورات الرياضية

ثالثاً : وضع وتثبيت قوانين المنافسة

أو اللعب المتبع في الدورة :

- القانون الدولي .***
- قوانين الهيئات المنظمة (الجامعة العربية) .
- تحويل وتعديل القوانين لتتناسب مع المشاركين

الاهتمامات والمسؤوليات الادارية لإقامة الدورات الرياضية

رابعاً: الادوات والمنشآت والتجهيزات :

– تحديد ومعرفة الاحتياجات .

– تجهيز وإعداد المنشآت .

إقامة دورات أو مسابقات مصغرة قبل الدورة الرسمية
لتجريب وإختبار التجهيزات وفعاليتها

الاهتمامات والمسؤوليات الادارية لإقامة الدورات الرياضية

خامسًا: الموظفون والمستخدمون :

–الرسميون .

المسؤولون الاداريون .

الحكام .

الاطباء والمسعفون والمدلكون .

عمال الصيانة والادوات

–المتطوعون .

طلاب، موظفون، عسكريون، رياضيون سابقون،

متقاعدون

الاهتمامات والمسؤوليات الادارية لإقامة الدورات الرياضية

هو عملية **تخطيط وتنفيذ** مفهوم الأفكار والسلع والخدمات وتسعيرها وترويجها وتوزيعها **لإيجاد** عمليات تبادل **ترضي** أهداف المستهلك والمؤسسة .
الجمعية الأمريكية

للتسويق

الاهتمامات والمسؤوليات الادارية لإقامة الدورات الرياضية

سادسا :نظام التقدير والحوافز :

–تعطى الحوافز للانجازات، أو المشاركة، أو الروح الرياضية.

–أنواع الحوافز:

ميداليات، كوؤوس، أوشحة

حوافز مادية للمشاركة والانجازات .

جوائز عينية .

(التأهل لبطولات عالمية) بطولة عالم، دورة أولمبية

الاهتمامات والمسؤوليات الادارية لإقامة الدورات الرياضية

سابعاً :الدعاية والاعلام :

- إستخدام الاعلام لتسويق الدورة للجماهير والمساهمين .
- قنوات وطرق الاتصال المناسبة .
- الوقت المناسب لتقديم المعلومات حول الدورة .
- الاستمرارية في تقديم المعلومات

الاهتمامات والمسؤوليات الادارية لإقامة الدورات الرياضية

ثامناً: النواحي المادية :

– لابد من وجود توازن بين الدخل والانفاق .
– طريقة إدارة الدورة تعتمد بشكل كبير على كمية الموارد المالية المتوفرة .

– لابد من حساب وتقدير المصروفات والانفاق أولاً ثم تعديل وتكييف البنود والعناصر بناءاً على الدخل المتوقع

الاهتمامات والمسؤوليات الادارية لإقامة الدورات الرياضية

تاسعاً. النواحي الطبية :

- خدمات الطوارئ، والعيادات المختلفة .
- خدمات الإسعافات الأولية في الملاعب الرياضية .
- خدمات التدليك الرياضي للمشاركين .
- كشف المنشطات .

أغراض الدورات الرياضية

١. تطوير طرق التدريب والإرتفاع بالمستوى الفنى للأداء الرياضى.
٢. الإهتمام بالمهارات العقلية.
٣. اكتساب ونمو الصحة المتكاملة وتوازن الشخصية وتكاملها.
٤. النمو الإجتماعى.
٥. ممارسة الأسلوب الديمقراطى فى الحياة.
٦. التدريب على القيادة البناءة.
٧. تنمية النضج الإنفعالى.
٨. تدريب الصفات الخلقية الإيجابية.
٩. حسن قضاء وقت الفراغ.

نموذج لدعوه الاشتراك وشروط الدوره

- ١- اسم اللعبه ونوع الدوره أو البطوله والغرض منها منها
٢. من الذى ينظم الدوره .
- ومن يحق له الاشتراك فيها
٣. تواريخ ومواعيد الدوره
٤. الأماكن الخاصة بالدوره
٥. طريقه تنظيم الدوره



تاريخ دورات الألعاب الأولمبية

- أنشا البارون بييري دي كوبرتان وآخرون اللجنة الأولمبية الدولية ودورات الألعاب الأولمبية في ٢٢/٦/١٨٩٤ في اجتماع عقد بجامعة السوربون بباريس
- نجد أن هناك حوالي ١٨٠ لجنة أهلية أنضمت الي الحركة الأولمبية
- ويشترط الميثاق الأولمبي وجود خمسة لعبات علي الأقل لتكوين لجنة أولمبية وطنية

نشأة الألعاب الأولمبية

هرقل" هو منشئ هذه الألعاب، اقربا الي زيوس رب الارباب عند الاغريق وكان برنامج دوره في البدايه عام ٧٧٦ ق م عباره عن سباق واحد لمسافه ٠٠ متر وظل الامر كذلك علي مدي ١٤ دوره. وفي عام ٦٢٤ ق م اضيف سباق ٤٠٠ م في دوره ١٤.

وفي عام ٧٢٠ ق م اضيف سباق ٨٠٠ م في دوره ١٥.

وفي عام ٦٨٨ ق م اضيفت الملاكمة في دوره ٢٥.

ثم البانكراتيون (وهي مزيج من المصارعه والملاكمه وسباق الخيل وهكذا).

وفي عام ٦٢٢ ق م اضيفت سباقات الناشئين تباعا ابتداء من دوره السابعه والعشرين

اهداف الحركة الاولمبيه

- تبرز حاليا في الميثاق الاولمبي تحت اربع قواعد هي :
- تنمية الارتقاء بالنواحي البدنيه والعقلية باعتبارها اساس الرياضه .
- تعليم الشباب التفاهم المشترك والصدقه من خلال الرياضه والمساعده علي بناء التفاهم الدولي .
- نشر المبادي الاولمبيه علي مستوي دول العالم بمايؤدي الي سياده حسن النوايا بين دول العالم .
- جميع رياضي العالم في اكبر عدد رياضي هو الالعاب الاولمبيه ن

التسويق الرياضى للبطولات والدورات الرياضية

متى يبدأ نشاط التسويق بعد البطولات أو قبله؟
يعتقد الكثيرون ان النشاط التسويق يبدأ بعد البطولات، وهذا خطأ إذ أن التسويق يبدأ قبل البطولات وذلك بدراسة رغبات واحتياجات المستهلكين والجمهور لتحديد المواصفات التي

تنتج بها السلعة او الخدمة.

مدخل التسويق للبطولات الرياضية:-

هرقل" هو اصبحت الدول تتسابق على الحصول على تنظيم البطولات وليس فقط لإظهار ابداعها وابتكارها والتطور التقنى فى أجهزتها وادواتها وقدرتها على التنظيم ولكن لتحقيق العائد المادى من خلال حقوق البث التليفزيونى والاعلان داخل الملاعب سواء للسلع والخدمات الرياضية او غير الرياضية كما تحقق هذه الدول ايضاً الشهرة العالمية ولذلك ظهر التسويق الرياضى بمفهومه الحديث

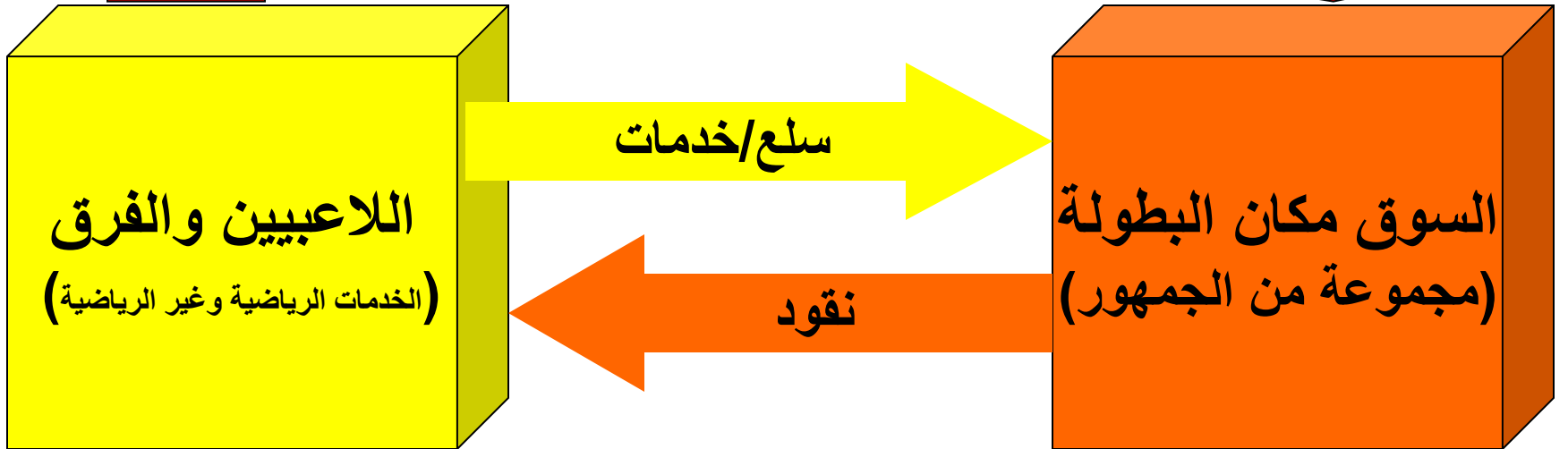
تعريف التسويق للبطولات الرياضى:-

نظام كلى من أنشطة والأعمال المتفاعلة والمصممة لاشباع حاجات ورغبات الجمهور من المنتج والخدمات الحالية والمرتبقة من خلال خلق وتبادل المنتجات والخدمات بقيم مع الآخر

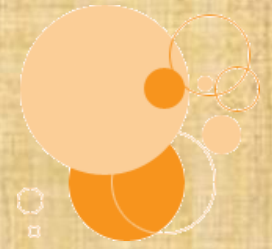
نموذج مبسط للنظام التسويقي "نظام التبادل"

٢٦

اتصال



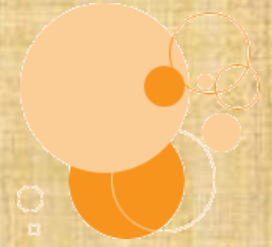
معلومات



الخطوات العشرة

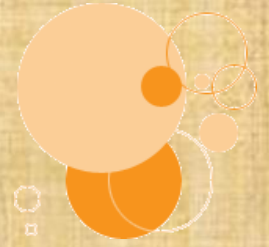
لتسويق فعال
للبطولات الرياضية

الخطوات العشرة لتسويق فعال



١. حدد مكانة التسويق في المنظمة
(الهيئات الرياضية) عند تنظيم
البطولة

الخطوات العشرة لتسويق فعال



٢. حدد مكانك وقوتك في تسويق البطولة تحليل

المنافسين

- نموذج بورتر (لتحليل المنافسة)
- التحليل الموقفي (SOWT)
- تطوير مصفوفة (SOWT)



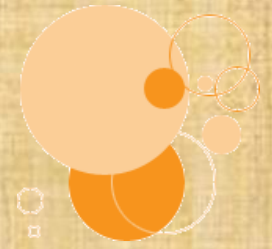
الخطوات العشرة لتسويق فعال



٣. قم بتجزئة السوق الكلي (المستفيدين من إقامة البطولة)



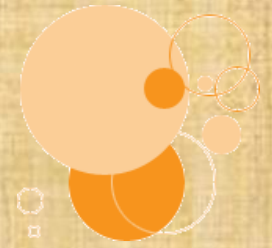
الخطوات العشرة لتسويق فعال



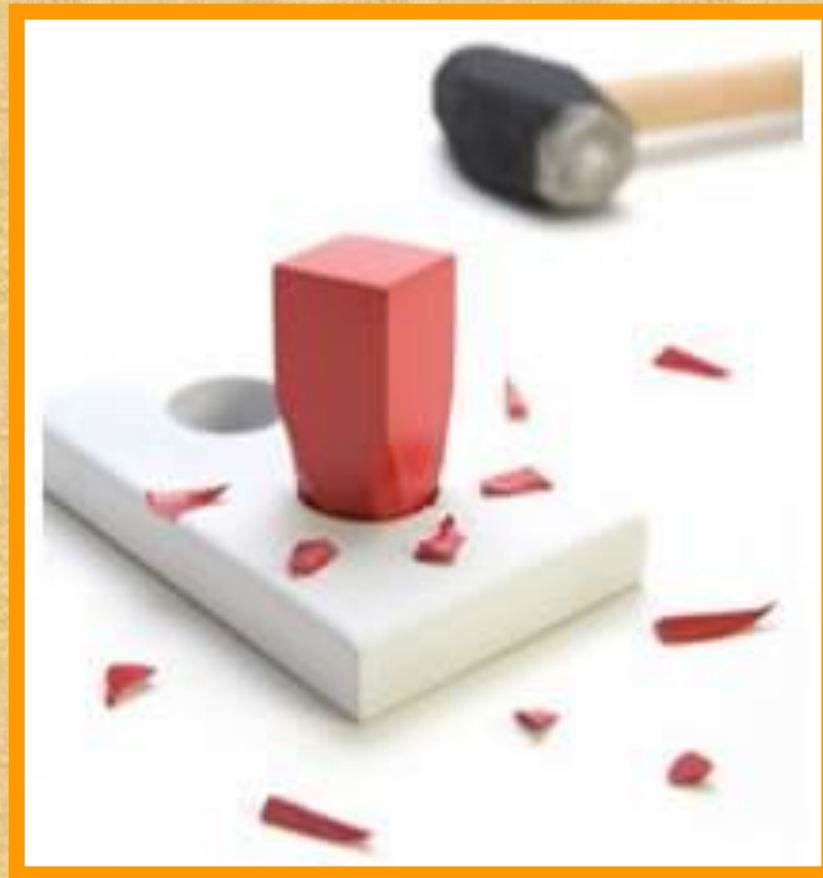
٤. قم بعملية الإستهداف



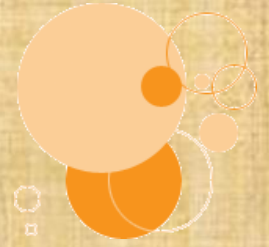
الخطوات العشرة لتسويق فعال



٥. ثبت صورة المنتج (المباريات) في أذهان العملاء



الخطوات العشرة لتسويق فعال



٦. صمم مزيج تسويقي فعال (٤ P's)

١. المنتج Product

٢. التسعير Price

٣. التوزيع Place

٤. الترويج Promotion



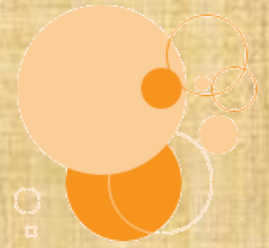
الخطوات العشرة لتسويق فعال



٧. كل ما تحتاجه هو بناء علامة تجارية (التميمة / شعار البطولة)



الخطوات العشرة لتسويق فعال



٨. حافظ على عملائك الحاليين



الخطوات العشرة لتسويق فعال



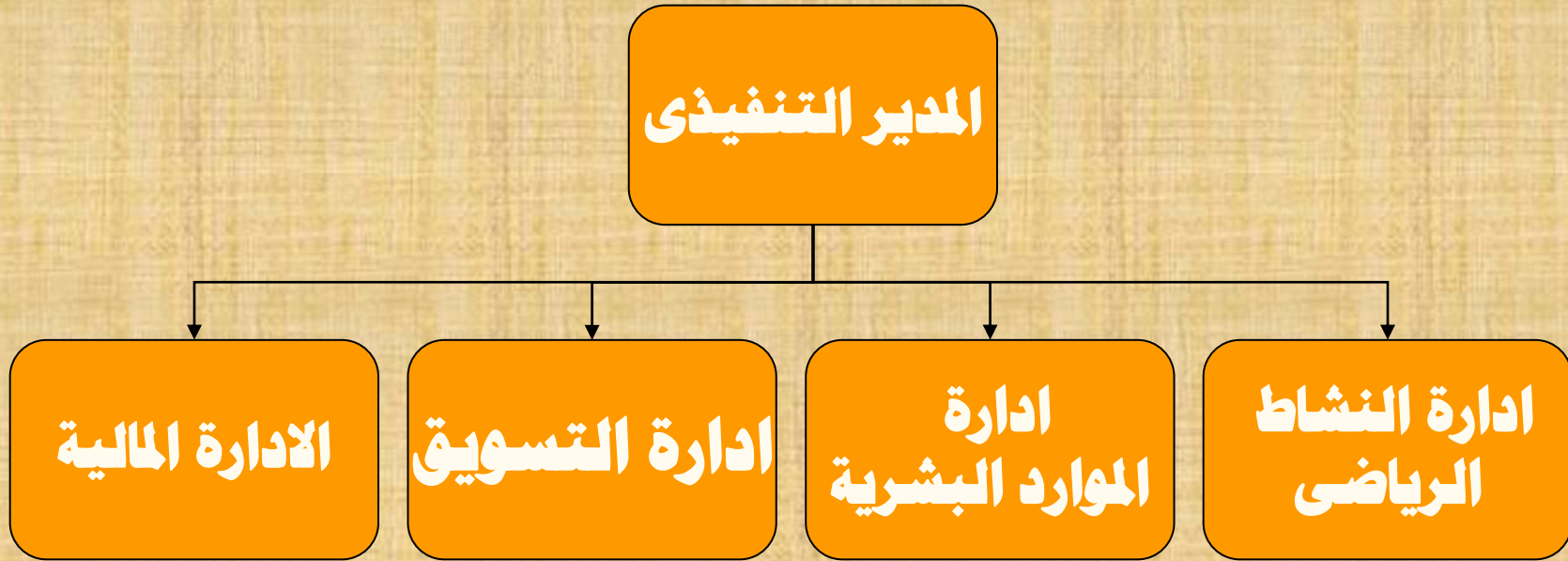
٩. اهتم بعملية التنفيذ



حدد مكانة التسويق في المنظمة

١٠

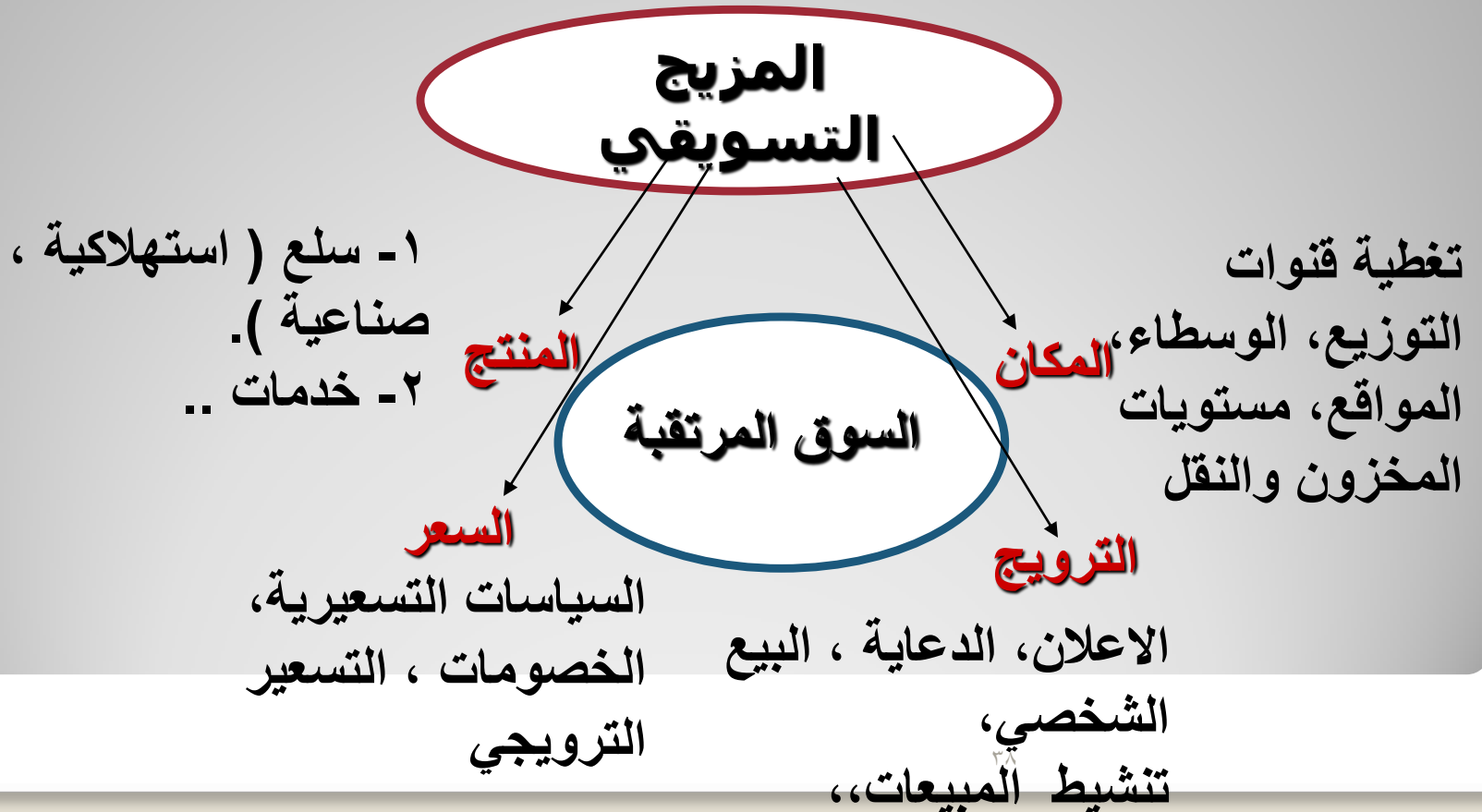
الهيكل التنظيمي وإدارة التسويق للبطولة



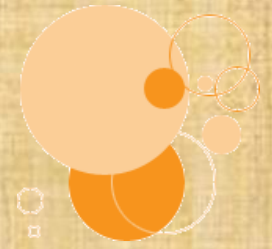
المزيج التسويقي

Marketing Mix

المزيج التسويقي: الأدوات التسويقية التي تستخدمها المنشأة لتحقيق أهدافها التسويقية في الأسواق المستهدفة.



تتفيذ برنامج التسويق الرياضى:



-تحليل السوق

-تحديد المهام والاهداف والاغراض

-تطوير

-اختيار الهيكل

-متابعة وتقييم الخطا-

