

إجابة مقياس: التسويق الرياضي السنة: الأولي ماستر إدارة

الجواب الأول : (7.5 ن) :العوامل المؤثرة على التسويق الرياضي:

- النظام السياسي والاقتصادي بالدولة والمتمثل في القيود القانونية والاتجاهات السياسية حيث تلعب دورا هاما في تحديد الأداء التسويقي الحالي أو المستقبلي حيث تؤثر القرارات الحكومية بطريقة أو بأخرى على النظام التسويقي منها الضرائب، التوظيف، تحديد مجالات الاستثمار.. (01ن).

- نوعية الرياضة وشعبيتها.. (0.5ن).

- الاهتمام الإعلامي بالرياضة.. (0.5ن).

- التقدم التكنولوجي، وما يقدمه من دعم هائل لتطوير المنتج وتخفيض التكلفة وخدمات ما بعد البيع .. (01ن).

- الموروث الثقافي: يؤثر الحراك الاجتماعي في الاتجاهات الثقافية السائدة بما يؤثر على أنماط الحياة وسلوكيات المستهلكين.. (01ن).

- المنافسة: تؤدي المنافسة مع المنظمات الأخرى دورا هاما في تحفيز الأداء .. (01ن).

- الظروف الاقتصادية حيث تؤثر تصاعديا وتنازليا على النظام التسويقي وفق للقوة الشرائية للمستهلكين.. (01ن).

*تقديم الأمثلة:.. (01.5ن).

الجواب الثاني : (04.5 ن) :الارتباط العاطفي: - عادة ما تتعاطف الجماهير مع لاعبيها وفرقها والألعاب التي يفضلونها ومن ثم فإن فرص تسويق المنتج الرياضي تزداد ، أجريت في 1980دراسان لقياس أداء ومدى اهتمام الأمريكيين بالرياضة واثرت الرياضة على حياة الشعب الأمريكي وقد أكدت الدراسات أن 95 بالمئة من الشعب الأمريكي يتأثر بصورة مباشرة بالرياضة (سواء عن طريق القراءة، المناقشة، المشاهدة، الاستماع أو المشاركة وذلك بصورة يومية .. (03ن).

بالرياضة (سواء عن طريق القراءة، المناقشة، المشاهدة، الاستماع أو المشاركة وذلك بصورة يومية .. (03ن).

فبعض المشاهدين عنده انجذاب عاطفي كبير لفرقهم الرياضية، وهم المشار إليهم بالمتعصبين للطرق والبعض الآخر يحصلون على ترخيص لعرض منتجاتهم من تيارات هذه الفرق كطريقة لتمييز فرقة الرياضة.. (15 ن).

الجواب الثالث : (08 ن) :النظرة الضيقة والواسعة للتسويق الرياضي:

- التسويق مع الرياضة: هنا تكون الرياضة أو التسويق الرياضي أداة للمؤسسة التي لا تنتج منتجات حين تكون الرياضة محور وسيط لتحقيق أهداف المؤسسة التسويقية بشكل عام وتحقيق أهداف مرتبطة بتنشيط المبيعات لمنتج معين بشكل خاص هذا بالإضافة إلى بناء صورة لتلك المؤسسة أو المنتج وبذلك يكون التسويق مع الرياضة جزء أساسي من تشكيل وصياغة المزيج التسويقي للمؤسسة بشكل خاص.. (1ن):

*"ان التسويق مع الرياضة هي أداة تستخدم الرياضة في إطار إستراتيجية التسويق للمؤسسة أو المنظمة التي لا تنتج خدمات أو منتجات رياضية وعند ذلك تكون الرياضة فقط ما هي إلى وسيط مساعد في إطار مزيج التسويق للمؤسسة. (01ن).
-احد أهم الشركات التي مارست ونجاح التسويق مع الرياضة شركة coca cola حتى أصبحت جزء لا يتجزأ من مزيج التسويق للمؤسسة بشكل عام ومن مزيج الاتصالات بشكل خاص واتخذت شعار وهو "أينما توجد الرياضة توجد أيضا كوكاكولا". وكذلك مثلا شركات الاتصال ..(01ن).

-التسويق في الرياضة:التسويق في الرياضة يعني استخدام المنظمات الرياضية مناهج وأساليب إدارة التسويق المتبعة في المنظمات الاقتصادية ، من الإدراك يكون فقط لجميع العارضين التقليديين للرياضة ومن ثم فانه يوجد فارق كبير بين التسويق مع الرياضة والتسويق في الرياضة ، حيث يوجد لكل منهما بجانب الآخر وذلك بشكل خاص في الاقامات الرياضية والأحداث الرياضية الكبرى مثل بطولات كاس العالم أو البطولات القارية سواء كان ذلك من قبل المنظمات الرياضية مثل الاتحادات الرياضية أو المنظمات الاقتصادية التي تسوق من خلال الرياضة مثل رعاية الأحداث الرياضية ويوضح الشكل التالي كل من المفهومين: (01ن).
* ومن هذا المنطلق فان التسويق في الرياضة يعني أكثر مما ذكرنا من قبل ،انه جزء من تطوير إستراتيجية الاتصالات للمؤسسة من خلال الوسط الرياضي بل هو تطبيق أساليب المؤسسات الاقتصادية في مختلف المنظمات الرياضية فهو يشتمل على أشكال ومجالات التسويق في المجال الرياضي هو التطوير لمفاهيم إدارة التسويق للمنظمات التي تعمل في المجال الرياضي فالمنظمات الرياضية والشركات المنتجة لسلع قريبة من المجال الرياضي تسوق منتجاتها الرياضية للرياضيين المهتمين بالرياضة والمنظمات وأخيرا المستهلك الرياضي والممولين أو المستثمرين من قبل الدولة أو الرعاية.(01ن).
-إن نطاق انتشار نمو وتطوير التسويق في الرياضة في الوقت الحاضر يختلف من منظمة إلى أخرى حيث يرتبط هذا النمو والتطور ببعض العوامل الأخرى ، علاوة على ذلك يرتبط بوجهة النظر و الإدراك من قبل المجال الرياضي لأهمية الأساليب والوسائل الخاصة بالمجال الاقتصادي بالنسبة للمجال الرياضي ولذا ينبغي هنا أن نفرق بين رؤيتين مختلفتين هما:
-الأولى: تؤكد على أن التسويق الرياضي و الإدارة الرياضية تبدو تماما مثلما يبدو التسويق والإدارة التقليدية في المجال الاقتصادي .
-الثانية: تبرر وتؤكد على خصوصية التسويق الرياضي وان ما يحدث في المجالات الاقتصادية ينبغي تعديله بما يتناسب مع طبيعة القيم الخاصة بالمجال الرياضي..(01ن).

رسم الشكل الذي يوضح مفهوم التسويق مع الرياضة والتسويق في الرياضة.(01ن).
*تقديم الامثلة عن الاساليب (01ن)