

الإجابة النموذجية لامتحان مقياس: التسويق والإشهار الرياضي

السؤال الأول: عرف التسويق ؟ 6

رغم اختلاف التعاريف المعطاة للتسويق، إلا أنّها متقاربة من حيث الهدف من التسويق المتمثل في كيفية توجيه الأنشطة من أجل إيصال السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك أو المستعمل، فمهما اختلفت التعاريف والأدوات المستخدمة والخلفيات، إلا أنّها تتفق في نقطة معينة والمتمثلة في توصيل السلع والخدمات، بالشكل الذي يرغب فيه المستهلك النهائي أو المستعمل النهائي للسلعة أو الخدمة.

ويمكن ذكر بعض التعاريف المعطاة للتسويق فيما يلي :

- عرّفت الجمعية الأمريكية للتسويق سنة 1960 التسويق بأنه " هو القيام بأنشطة المشروع التي توجه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي"، ويعتبر هذا التعريف أكثر قبولاً من قبل الكتاب باعتباره صادر عن جهة رسمية.

- كما عرف كلا من LINDO و LENDREVIE التسويق على أنه: " مجموعة الطرق و الوسائل التي توفرها المؤسسة لترويج عن السلوكات المعتمدة في تحقيق أهدافها بين العوام المقصودة ".

- كما عرّف " J-PBERNARDET " التسويق على أنه " هو ذلك المسار الحي لإرضاء رغبات وحاجات المستهلكين بالمنطق الاستراتيجي للمؤسسة ، من خلال تبادل السلع والخدمات، فالمنتج لا يباع إذا لم يلبّي حاجة السوق ".

- كما عرف " PH-KOTLER " التسويق بأنه: " آلية اقتصادية و اجتماعية بواسطته يحقق الأفراد و الجماعات رغباتهم و حاجاتهم بوسائل خلق و تبادل المنتجات".

وكخلاصة للتعاريف السابقة نجد أن التسويق هو مجموع الأنشطة و العمليات التي تقوم بها المؤسسة لتوجيه المنتجات إلى المستهلك وفقاً لرغباته وتلبية لحاجاته وبصفة مستمرة لخلق علاقة دائمة معه.

السؤال الثاني: أذكر عناصر المزيج التسويق الرياضي؟ 4 ن

فإن مزيج التسويق الرياضي هو مجموع متغيرات التسويق التي تستخدمها المؤسسة الاقتصادية لتحقيق أهدافها ويشمل هذا المزيج كلا من المنتج أو الخدمة، السعر، التوزيع، الترويج.

■ **المنتج (الخدمة):** ويشمل المنتج الذي تستخدمه المؤسسة للسوق الرياضي (النوادي الرياضية، الإدارة الرياضية، الجمهور الرياضي) لإرضاء حاجاتهم ورغباتهم.

■ **السعر:** وهو مبلغ النقود الذي يستطيع الزبون الرياضي دفعه مقابل المنتجات الرياضية والخدمات، ويبنى السعر على أساس الكلفة الحقيقية لإنتاج المنتج أو الخدمة بما في ذلك الوقت، وأجور العاملين وكلفة المواد الداخلة في المنتج.

■ **التوزيع:** هو النشاطات المختلفة التي تقوم بها المؤسسة لجعل المنتج أو الخدمة متاحة للزبائن الرياضيين (الجمهور الرياضي، النوادي الرياضية، اللاعبيين) بسهولة ويشمل ذلك التوسع وأماكن تواجد الخدمات.

■ **الترويج:** ويعمل في اتجاهين هما:

- إيصال قيمة المنتجات والخدمات للزبون الرياضي.

- إقناع الجمهور الرياضي بالشراء.

ويشمل الترويج الاهتمام بالزبون الرياضي، والعلاقات العامة والمبيعات، وصورة المؤسسة والإعلانات. كذلك فإن دور المؤسسة والتسويق الرياضي هو تلبية رغبات واحتياجات الزبائن الرياضيين.

السؤال الثالث: عرف الاشهار الرياضي؟ 2ن

هو شكل من أشكال التسويق والإعلان الذي يستخدم الأنشطة الرياضية والأحداث الرياضية للترويج للعلامات التجارية والمنتجات. يعتبر الإشهار الرياضي وسيلة فعالة للشركات للوصول إلى جمهور واسع ومتنوع بفضل الشعبية الكبيرة التي تحظى بها الرياضة على مستوى العالم، يُستخدم الإشهار الرياضي من قبل الشركات لرعاية فرق رياضية، بطولات، لاعبين، أو حتى ملاعب رياضية بهدف زيادة الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز مبيعات المنتجات.

السؤال الرابع: أذكر أنواع الاشهار الرياضي؟ (بدون شرح) 8 ن

أنواع الإشهار الرياضي : 4ن

1. رعاية الفرق والبطولات
2. الإعلانات على الملابس الرياضية
3. الإعلانات داخل الملاعب
4. التسويق عبر اللاعبين المشاهير
5. الإعلانات التلفزيونية والرقمية
6. المحتوى الرقمي والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

فوائد الإشهار الرياضي: 4 ن

1. الوصول إلى جمهور كبير
2. تعزيز صورة العلامة التجارية
3. زيادة المبيعات
4. التفاعل العالمي