

رؤية استشرافية تطبيقية- لاستحداث دبلومة مهنية فى اقتصاديات الترويج الرياضى بكليات التربية الرياضية بجمهورية مصر العربية

أ. د/ يحيى محمد الجيوشى عبد الخالق

استاذ الترويج الرياضى - كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان

المقدمة ومشكلة البحث :

شهدت مصر خلال السنوات الخمسة الاخيرة تطورات اقتصادية متعددة فى إطار برنامج الإصلاح الاقتصادي وتنقية مناخ الاستثمار واصدار قانونى الرياضة رقم (٧١) والاستثمار رقم (٧٢) فى (٢٠١٧/٥/٣١) وكذلك صدور اللائحة التنفيذية لقانون الاستثمار فى (٢٠١٧/١٢/٣١) ، والسعى الجاد حاليا تعديل قانون الرياضة والعمل على الحد من المشاكل والمعوقات التي قد تواجه المصريين والأجانب فى مجالات الاستثمار .

وتعددت مجالات الاستثمار المختلفة فى مصر وهذه المجالات تكون لها محددات خاصة تعمل على تنظيمها بصورة سليمة وقانونية ، وهذه المحددات هي التي تعطيها القوة الدافعة للاستمرار فى هذه المجالات من أجل استقرار عملية التنمية ، ولما كان هدف الدولة المصرية من فتح مجال الاستثمار أمام المستثمرين هو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية فى إطار السياسة العامة للدولة وفى حدود خطتها القومية لهذا كان على الدولة وضع تشريع يحدد هذه المجالات ولهذا لم يترك القانون المصري المجال مفتوحا أمام المستثمرين فى أي نشاط كان وإنما قصد أن يقتصر النشاط على المشروعات التي تخدم التنمية والتي تتطلب خبرات عالية فى مجالات تتصف بالتطور الحديث السريع .

ان الحديث عن اقتصاديات اوقات الفراغ والترويج ليس حديثا بل بدأت الكتابات العلمية فى هذا المجال فى كلا من الولايات المتحدة الامريكية والمملكة المتحدة حيث تناول "ثورستين فيبلين" Thorstein Veblen فى عام (١٨٩٩) اقتصاديات الترويج فى كتاباته ثم توالى الكتابات منذ عام (١٩٦٦) على يد كلا من ماريون كلوسون (Marion Clawson) ، ثم فيكرمان (Vickerman) عام (١٩٧٥) ، ثم بيتر تايلور (Peter Taylor) (١٩٨٥) ثم توالى الكتابات العلمية حتى وقتنا الحاضر . وتعد صناعة الترويج واقتصاديات رياضة اوقات الفراغ اصبحت كمنط عالمى صناعة متشعبة وتحتوى بداخلها على العديد من الصناعات الاخرى بخالف الرياضة فحسب بعض الدراسات فان صناعة الرياضة العالمية تقدر بحوالى من (٤٨٠ - ٦٢٠ مليار دولار) وتشمل الفرق الرياضية والاتحادات والبنية التحتية والمنتجات الرياضية . وتنمو صناعة الرياضة والترويج بمعدل اعلى من الناتج القومى الاجمالى الخاص بالعديد من الدول حول العالم . فان صناعة الرياضة تدر عائدات تقدر بحوالى (٩٠ مليار دولار عالميا) .

وتتعدد أنواع الاستثمار في التربية البدنية والرياضة والترفيه ومنها الاستثمار الحقيقي وهو استثمار بالأصول الحقيقية كاستثمار الأصول والمباني ، والاستثمار المالي وهو استثمار الأوراق المالية كالأسهم والسندات ، والاستثمار طويل وقصير الأجل ، وأخيرا الاستثمار البشري في مجالات التعليم والصحة والتدريب .

ان صناعة الرياضة والترفيه تعد صناعة مربحة ومصدر دخل في كثير من دول العالم وتشير الاحصائيات الحديثة لمكاتب التحليل الاقتصادي الامريكى عام (٢٠١٨) ان الدخل السنوى لقطاع الرياضة مقارنة بالقطاعات الاخرى فى المجتمع يبلغ (٢١٢ مليار دولار) اى ضعف صناعة قطاع السيارات واكبر حجما من قطاع الزراعة وسبعة اضعاف قطاع الانتاج السينمائى الامريكى . وأوضحت الدراسة الاقتصادية للرياضة والترفيه ان الميزانيات المركزية لتمويل الرياضة فى بعض بلدان اوربا جاءت على النحو التالى (١ مليار يورو) فى سويسرا ، (٤٧ مليار يورو) فى السويد ، (١٦٦ مليار يورو فى ايطاليا . بينما جاءت ميزانيات الحكومات المحلية لتمويل الرياضة فى بلدان اخرى (١٠٠) مليون دولار فى المجر ، (٢٢٥) مليون يورو فى البرتغال ، (٥) مليار فى المانيا ، (٤٥) فى فرنسا .

كما تبلغ مشروعات التمويل الرياضى من خلال الرعاية والإعلانات التليفزيونية بلغ ٢٤,٥ مليون دولار فى بلجيكا (الجزء الألمانى)، و٢٦,٨ مليون يورو فى المجر، مليار يورو فى إيطاليا . كما وصلت قيمة المصروفات الرياضية الى ٨٩,١ مليون يورو فى المجر، و٤٦٧,٤ مليون يورو فى الدنمارك (٦٤) مليار يورو فى إيطاليا و ١,٨ مليار فى المملكة المتحدة، (١٤٣) مليار يورو فى ألمانيا .

ومن العرض السابق يتضح اهمية الاقتصاد فى مجال رياضة اوقات الفراغ يتضح اهميته والدور المتزايد لها فى التنمية والاقتصاد ومن هنا يتضح الدور الحيوي لاقتصاديات وصناعة رياضة اوقات الفراغ والترفيه فى دفع عجلة التنمية الاقتصادية، إذ تشكل موردا هاما للعديد من الدول فى مختلف دول العالم ويمكن القول أن رياضة اوقات الفراغ أخذت بعين الإعتبار من طرف صانعي القرار السياسى فى معظم الدول النامية منذ بدايات الالفية الجديدة وخاصة بعد شمول الدستور المصرى على نص صريح ومباشر على حقوق المواطن فى ممارسة الرياضة للجميع كاحد حقوقه الاساسية . و مع تزايد الاهتمام البحثى(الادارة الاقتصادية للرياضة والترفيه) فى الفترة من (٢٠٠٠) الى (٢٠١٨) وما تتضمنه من مجالات مثل (التسويق - التمويل الذاتى - الاستثمار - الرعاية الرياضية للاعباء المختلفة - الخصخصة كاسلوب لبعض المؤسسات الرياضية) بما يواكب مستحدثات التخصص وتناول مختلف جوانب العملية الاقتصادية وما استدعى الباحث التقدم بمشروع تلك الدبلومة ل طرح رؤية استشرافية تطبيقية لاستحداث دبلومة مهنية فى اقتصاديات الترويج الرياضى بكليات التربية الرياضية بجمهورية مصر العربية فى ظل

مستحدثات المرحلة الحالية.

هدف البحث : تقديم رؤية استشرافية تطبيقية لاستحداث دبلومة مهنية فى مجال اقتصاديات

الترويج الرياضى بكليات التربية الرياضية بجمهورية مصر العربية من خلال التعرف على:-

- ١- التوجهات ومسببات لاستحداث دبلوم اقتصاديات الترويج الرياضى .
- ٢- المقررات الدراسية الاجبارية والاختيارية فى دبلوم اقتصاديات الترويج الرياضى .
- ٣- المحتوى العلمى للمقررات الاجبارية المقترحة بكليات التربية الرياضية .
- ٤- المحتوى العلمى للمقررات الاختيارية المقترحة بكليات التربية الرياضية .
- ٥- وضع المعايير الاكاديمية بدبلومة اقتصاديات الترويج الرياضى المقترحة .
- ٦- وضع مواصفات خريج دبلومة اقتصاديات الترويج الرياضى .

اهمية البحث والحاجة اليه : تكمن اهمية البحث من الناحية النظرية والعملية فى الاتى :-

- ١- يتناول البحث قطاع حيوى من اهم القطاعات الحيوية لتحقيق التنمية بشتى اشكالها الا وهو الاقتصاد . فقد تسهم نتائج البحث فى تقديم رؤية مرجعية وتصور واقعى وعملى لتنمية اقتصاديات الترويج الرياضى وبالتالي يمكن تعميم الرؤية المقترحة على مختلف كليات التربية الرياضية بمصر .
- ٢- تقديم رؤية مرجعية تحليلية علمية فى مجال الادارة الاقتصادية للرياضة والترويج فى جمهورية مصر العربية باعتبارها الاولى من نوعها على حد علم الباحث يمكن الاستناد اليها والبناء عليها فى دراسات استرشادية مستقبلية فى مجال الادارة الاقتصادية للرياضة والترويج فى ظل ندرة البحوث والدارسات فى العالم العربى التى اهتمت بمجال اقتصاديات وصناعة الترويج .
- ٣- تزويد القائمين على التطوير بوزارتى الاستثمار و الشباب والرياضة بالمعلومات الجديدة الدقيقة مما يفيد فى تحسين عمليات التحسين والتطوير واتخاذ القرار نحو المشروعات الاستثمارية الترويجية فى مجال الادارة الاقتصادية لرياضة اوقات الفراغ فى ج.م.ع .

اهم المصطلحات المستخدمة فى البحث :

الادارة الاقتصادية للرياضة والترويج : " تعنى مختلف البحوث والدارسات التى قدمت فى مجالات تمس الاقتصاد بشكل مباشر او غير مباشر مثل (التسويق- التمويل- الاستثمار - الخصخصة-الرعاية الرياضية) . (تعريف اجرائى) .

صناعة الترويج: هى تلك الصناعة والنشاط الاستثمار الذى يقوم على تحويل الانشطة الترويجية الى أنشطة استثمارية تدر دخلا على الافراد والمؤسسات بما يضمن جودة الخدمات والانشطة المقدمة. (تعريف اجرائى) .

ثانيا: الدارسات المرتبطة :

قام الباحث بالاطلاع والتحليل على العديد من الدارسات العربية والاجنبية التى ترتبط بشكل مباشر

بالادارة الاقتصادية للرياضة والترويج منذ عام (١٩٩٦) حتى (٢٠١٩) التي تناولت مجالات الادارة الاقتصادية فى الرياضة وتتضمن مجالات (التسويق - التمويل الذاتى - الاستثمار - الرعاية الرياضية - الخصخصة بابعادها المختلفة) واتضح ان اغلب تلك الدراسات تناولت مجالات بحثية منها على سبيل المثال لا الحصر (تقويم اقتصاديات بعض المؤسسات الرياضية - وضع استراتيجيات وخطط مقترحة لبعض المؤسسات والرياضات - وضع نماذج تسويقية وتمويلية - اقتراح اساليب رعاية رياضية لمؤسسات ورياضات مختلفة - تبنى بعض اساليب الخصخصة فى بعض المؤسسات الرياضية ..) وقد استفاد الباحث من الدراسات المرتبطة في: توليد أفكارا ورؤى جديدة لمعالجة موضوع البحث ، اقتراح رؤية تطويرية جديدة لبناء دبلومة اقتصاديات الترويج الرياضى المهنية .
منهجية البحث العلمية :

اعتمدت المنهجية العلمية للبحث على المنهج الفلسفى والمنهج الوصفى لاعتبارات تتصل بطبيعة البحث وتجدر الإشارة إلى أن هذا البحث ليس ميداني يستند إلى جمع المعلومات وتصنيفها وتحليلها وصولاً إلى استنتاجات ذات مغزى بالنسبة لموضوع البحث ، بقدر ماهي رؤية واقعية تطبيقية تهدف إلى استحداث دبلومة مهنية متخصصة فى مجال اقتصاديات الترويج الرياضى .

المنهجية العلمية لعملية اعداد دبلومة اقتصاديات الترويج الرياضى المقترحة :

تم الاعتماد على مجموعة من الاسس لبناءمنهجية علمية لرؤية استشرافية تطبيقية لدبلومة مهنية فى اقتصاديات الترويج الرياضى وهى كما يلى :-

- ١- المراجع والمواقع الالكترونية لبعض الجامعات الاجنبية التى تم الاسترشاد بها فى وضع المقررات الدراسية (المقررات - المحتوى العلمى) بمشروع الدبلومة .
- ٢- الجامعات المصرية فى مجال الاقتصاد: تم الرجوع الى بعض كليات الاقتصاد والتجارة ببعض الجامعات المصرية مثل (القاهرة /عين شمس/الاسكندرية/حلوان/ المنصورة/ طنطا/ السويس/اسيوط ...) .
- ٣- تحليل محتوى رسائل الماجستير والدكتوراه والانتاج العلمى لاعضاء هيئة التدريس فى مجال الادارة الاقتصادية للرياضة والترويج : فى كليات التربية الرياضية من مختلف الجامعات المصرية الى اجريت واجزيت خلال الفترة من (١٩٩٦) حتى (٢٠١٩) وبلغ ما امكن حصره وتحليله اكثر من (٢٦٠) دراسة علمية متخصصة مقسمه على النحو التالى : (٨٥) رسالة دكتوراه ، (١٠٠) رسالة ماجستير، اكثر من (٧٥) بحث انتاج علمى (مرفق قائمة باسماء الدراسات) .
- ٤- الرجوع الى افضل (٣٠) جامعة على مستوى العالم طبقا لآخر تصنيف عالمى (٢٠١٨) التى تدرس الاقتصاد العام (مرفق قائمة باسماء الجامعات) .

حيث تم الرجوع والاستعانة بافضل اكثر من (٤٠) جامعة امريكية معتمدة من (NRPA) (الجمعية الامريكية للترويج والمنزهات) (National Recreation and Park Association)) بالولايات المتحدة

الامريكية التي تدرس اقتصاديات رياضة اوقات الفراغ منها وبعض الجامعات بكلا من (روسيا- صربيا- انجلترا - فرنسا- بلجيكا). تم التركيز على الجامعات الامريكية باعتبارها رائدة في مجال الترويج بوجه عام واقتصاديات الترويج بوجه خاص ، حيث تم الاستعانة باكثر من (٤٠) جامعة وكلية للاسترشاد بها في وضع مجالات الدراسة وكذلك تحديد المحتوى العلمي للمقررات ومن هذه الجامعات : إنديانا -إلينوي (الولاية-الشرقية- الغربية)- تكساس - ولاية بنسلفانيا- كنتاكي (الشرقية - الغربية) - تكساس (M&A - الولاية)- ولاية كاليفورنيا في كلا من (بوليتكنيك - لونغ بيتش- نورثريدج- شيكو- ساكرامنتو- فريسنو- بنسلفانيا) - أركنساس تك - أوهايو - ايداهو- بريغهام يونغ - جورجيا الجنوبية - فلوريدا - ريد فورد - شرق واشنطن - شمال ولاية ايوا - ميتشيغان - ميسيسيبي - نيو هامبشاير - ولاية أريزونا - ولاية اريزونا الشمالية - ولاية بيتسبرج- ولاية جرامبلنج - ولاية سان خوسيه - ولاية سان فرانسيسكو- ولاية شيكاغو- ولاية فروتستبيرج - ولاية كنساس- ولاية ميسوري- ولاية مينيسوتا - كلية سبرينجفيلد - كلية فيرجينيا ويسليان - كلية متروبوليتان ستيت في دنفر).

٥- الاستعانة بالعديد من الجمعيات والمجلات العلمية المعتمدة ذات التصنيف الدولي في مختلف دول العالم منها (الجمعية الامريكية للتسويق) (AMA) ،المجلة الدولية للادارة الرياضية والترويج والسياحة (I.J.S.M.R.T)،المجلة الاوربية لتكنولوجيا علوم الرياضة.

٦- المقابلات الشخصية مع بعض اعضاء هيئة التدريس بكليات الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعات (القاهرة - السويس) وكليات التجارة وادارة الاعمال من مختلف الجامعات المصرية بالاضافة الى كليات التربية الرياضية (بنين وبنات) بمختلف الجامعات المصرية بغرض التشاور وابداء الراى والتوجيه .

٧- الاطلاع على نماذج استرشادية لدبلومات مماثلة في كليات التجارة وادارة الاعمال.

٨- الاطلاع على المعايير الاكاديمية المحلية لقطاع الاقتصاد والتجارة بالجامعات المصرية ونماذج من المعايير التي أقرتها الهيئة القومية للجودة والاعتماد لبعض كليات القطاع الاقتصاد والتجارة بجامعات (حلوان - القاهرة - عين شمس) ، والمعايير الاكاديمية الخارجية QAA من الولايات المتحدة الامريكية في قطاع الاقتصاد وادارة الاعمال .

٩- الاطلاع على دليل اعداد المعايير الصادر من الهيئة القومية لضمان الجودة والاعتماد .

اولا : التوجهات ومسببات استحداث دبلوم اقتصاديات الترويج الرياضى :-

١. خلو لوائح كليات التربية الرياضية لاقسام (الترويج - الترويج الرياضى - الادارة الرياضية والترويج) من مقرر اجبارى يستند الى الاسس النظرية والفلسفية للادارة الاقتصادية لرياضة اوقات الفراغ والترويج الامر الذى يحد من فرص انتشار تلك الصناعة الاقتصادية والعوائد منها على الاقتصاد القومى والمحلى للدولة المصرية الامر الذى يستدعى الى السعى الجاد والمستمر لمحاولة مقرر اجبارى ضمن مقررات مرحلة الدارسات العليا (دبلوم- ماجستير - دكتوراه) أو اقتراح دبلومات

- مهنية تخدم ذلك التوجه البحثي في مجال التخصص الدقيق.
٢. مواكبة التطور العلمي في مجال اقتصاديات الترويج والادارة الاقتصادية لرياضة أوقات الفراغ في ظل تزايد الاقبال عليه والاهتمام باقتصاديات الترويج في جميع دول العالم ، والسعى الى تفرد الكلية التربية الرياضية للبنين جامعة حلوان بين الكليات المحلية والاقليمية وتحقيق الميزة التنافسية لها .
٣. وجود اكثر من (٥٠) جامعة اجنبية معتمدة بمختلف دول العالم تمنح درجات علمية مختلفة في ذات التخصص ، وتشجيع شباب الباحثين المصريين على التعاون العلمي مع مختلف الجامعات الاجنبية في ذلك المجال البحثي المتميزة في ذات التخصص على مستوى العالم لتعظيم الفائدة على المستوى المحلى والوطنى .
٤. وجود العديد من الجمعيات العلمية والمؤسسات البحثية في مختلف دول العالم المهتمة بهذا المجال وتسعى الى تطويره وتقديم التعاون العلمي والبحثي المشترك فيه ، ارتباط المجال البحثي هذا بسوق العمل ومشروعات الاستثمار الجديدة .
٥. تنفيذ توجهات الدولة المصرية بما يتماشى مع استحداث دبلومات مهنية علمية جديدة لجذب المزيد من الباحثين وازافة ميزة تنافسية جديدة على مستوى القسم والكلية والجامعة في التخصص الدقيق في ضوء الاطر الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتاريخية كأحد مداخل التنمية المستدامة في المجتمع المصرى .

ثانيا : المقررات الدراسية الاجبارية والاختيارية في دبلوم اقتصاديات الترويج الرياضى

يعرض الجدول (١) قائمة بالمقررات الدراسية الاختيارية والاختيارية المقترحة للدبلومة المهنية فى اقتصاديات الترويج الرياضى بكليات التربية الرياضية

جدول (١) المقررات الدراسية الاجبارية والاختيارية

نوع المقرر	وضع المقرر		عدد الساعات			المقررات الدراسية	الرمز والرقم
	اختياري	اجباري	تطبيقات	محاضرة	معمدة ساعة	اسم المقرر	
اجباري	-	×	-	٢	٢	مدخل في اقتصاديات الترويج الرياضى فى مصر والعالم	ت.ر ٥٠١
	-	×	-	٢	٢	الاسس النظرية لدراسات الجدوى الاقتصادية فى الترويج الرياضى	ت.ر ٥٠٢
	-	×	-	٢	٢	مشروعات تطبيقية فى اقتصاديات الترويج الرياضى .	ت.ر ٥٠٣
اختياري	×	-	-	٣	٣	نظم المعلومات والقرارات الاقتصادية فى المشروعات الترويجية .	ت.ر ٥٠٤
	×	-	-	٣	٣	ادارة وتقييم المشروعات الاقتصادية فى الترويج الرياضى .	ت.ر ٥٠٥
	×	-	-	٣	٣	التسويق والتمويل والاستثمار فى الترويج الرياضى .	ت.ر ٥٠٦
	×	-	-	٣	٣	الانشطة الاستثمارية الترويجية فى المؤسسات الرياضية .	ت.ر ٥٠٧
	×	-	-	٣	٣	صناعة الترويج وريادة الاعمال والمخاطر المالية .	ت.ر ٥٠٨
	×	-	-	٣	٣	القيادة والموارد البشرى فى الترويج الرياضى .	ت.ر ٥٠٩
	×	-	-	٣	٣	الاعلام والاتصالات فى الترويج الرياضى	ت.ر ٥١٠
	×	-	-	٣	٣	التفاوض والازمات الاقتصادية فى المشروعات الترويجية .	ت.ر ٥١١

• (ت . ر) اختصار قسم الترويج الرياضى .

• يختار الطالب (٣) مقررات من المقررات الاختيارية .

ثالثاً: لمحتوى العلمى للمقررات الاجبارية المقترحة بدبلومة اقتصاديات الترويج الرياضى :

فيما يلى عرض للمحتوى العلمى للمقررات الاجبارية والاختيارية المقترحة بدبلومة اقتصاديات الترويج الرياضى

١- مدخل فى اقتصاديات الترويج الرياضى فى مصر والعالم

الاطار المفاهيمى لعلم الاقتصاد ومكوناته - علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الاخرى - ابعاد وطبيعة المشكلة الاقتصادية - الانظمة الاقتصادية المختلفة وتأثيرها على الرياضة والترويج - معايير تقييم النظام الاقتصادي وسياساته فى الرياضة والترويج - اقتصاديات الدول النامية فى الرياضة والترويج.

٢- الاسس النظرية لدراسات الجدوى الاقتصادية فى الترويج الرياضى:

المفاهيم الاساسية فى دراسات الجدوى وانواعها - دراسة الجدوى التسويقية والتمويلية - الدراسة الفنية لدراسة الجدوى - الجدوى التجارية للمشروعات فى الترويج - الجدوى الاجتماعية للمشروعات فى الترويج - التقييم المالى والاقتصادى والربحية التجارية للمشروعات فى الترويج -

التحليل المالي ومؤشرات الجدوى الاقتصادية - أساليب تسديد القروض والتكاليف الجارية للتأسيس الغير انشائية للمشروعات الصغيرة فى الترويج الرياضى .

٣- مشروعات بحثية وعملية فى ادارة الترويج الرياضى :

التعرف على المفاهيم الحاكمة فى مجال الادارة الاقتصادية لرياضة اوقات الفراغ و الترويج - العلاقات المتداخلة بين وقت الفراغ والترويج والاقتصاد - رياضة وقت الفراغ والتنمية الاقتصادية والاجتماعية - اهم المتغيرات المرتبطة بمشكلات الادارة الاقتصادية لرياضة اوقات الفراغ - نماذج لمشكلات مرتبطة باقتصاديات الترويج الرياضى - عرض لبعض المشكلات وبعض الحلول المبتكرة والتجارب العالمية فى الدول الرائدة فى اقتصاديات الترويج الرياضى .

رابعا : المحتوى العلمى للمقررات الاختيارية المقترحة بدبلومة اقتصاديات الترويج الرياضى

١-نظم المعلومات والقرارات الاقتصادية فى المشروعات الترويجية .

المفهوم المعاصر لنظم المعلومات ، الاصول العلمية لصناعة القرارات الاقتصادية - العلاقة بين قرارات التمويل وقرارات الاستثمار - استخدام التحليل الاقتصادي لدعم اتخاذ القرار. دمج التحليل الاقتصادي مع العوامل الاجتماعية والبيئية والسياسية- أسس صناعة القرار الاستثمارى فى رياضة اوقات الفراغ والترويج - طرق تقييم الاثر الاقتصادي فى رياضة اوقات الفراغ والترويج - التحليل المالى للقرارات الاقتصادية - تحليل ربحية المشروعات الترويجية .

٢- ادارة وتقييم المشروعات الاقتصادية فى الترويج الرياضى .

فلسفة ومفهوم إدارة المشروعات الترويجية - الادارة الاقتصادية لمشروعات الترويج الرياضى - مراحل المشروعات (التحديد- التخطيط - التنفيذ)-ضمان استدامة المشروع -العوامل الأساسية لنجاح وفشل المشروعات الترويجية - خطة عمل المشروعات الترويجية - دورة حياة المشروعات الترويجية - الاجراءات التنفيذية لمشروعات ادارة الترويج الرياضى - افضل الممارسات لضمان استمرارية نجاح المشروعات - نماذج للمشروعات الاقتصادية الناجحة - تقييم المشروعات الاقتصادية فى رياضة اوقات الفراغ والترويج .

٣-التسويق والتمويل والاستثمار فى الترويج الرياضى .

الاطار العام الحاكم فى كلا من (التسويق الرياضى - التمويل الرياضى - الاستثمار الرياضى)- أساسيات التسويق والتمويل والاستثمار فى الترويج والترويج - مراحل عملية التسويق الرياضى- انواع ومصادر التمويل فى الرياضة والترويج - المفاهيم المتعددة للاستثمار داخل المؤسسة الرياضية - تقييم المردود الاستثمارى فى المشروعات الترويجية - محددات الاستثمار فى الرياضة والترويج - مشكلات التسويق والتمويل والاستثمار فى رياضة اوقات الفراغ .

٤-الانشطة الاستثمارية الترويجية في المؤسسات الرياضية .

مفاهيم النشاط الاستثماري في الترويج - نمو الطلب الاقتصادي على الانشطة الترويجية -
 الخصائص الاقتصادية والاستثمارية للانشطة الترويجية- انواع الانشطة الاستثمارية في الترويج -
 الانشطة الاستثمارية لتنمية المناطق الترويجية- العوائد الاقتصادية للانشطة والخدمات الترويجية -
 الاثار الاقتصادية للترويج في الاقتصاد الوطني على اساس (الإنتاج والإيرادات والقيمة المضافة
 والوظائف) - دور الحكومة في دعم صناعة الانشطة الاستثمارية - تقدير المنافع الاقتصادية
 للترويج في الخلاء والمناطق الطبيعية والبيئية .

٥- صناعة الترويج وريادة الاعمال والمخاطر المالية .

المفاهيم الاساسية لكلا من (صناعة الترويج - ريادة الاعمال - المخاطر المالية) - العلاقة
 بين صناعة الترويج وريادة الاعمال - تحويل الافكار الى فرض ومشروعات عملية - دور
 الدولة في تطوير صناعة الترويج - ريادة الاعمال والمشروعات الترويجية الصغيرة -
 صفات ومهارات رائد الاعمال في رياضة اوقات الفراغ والترويج - الخصائص الاقتصادية
 لصناعة الترويج وريادة الاعمال- مؤشرات حدود المخاطر المالية في مشاريع رياضة اوقات
 الفراغ والترويج- مخاطر التشغيل والسيولة - نظم الرقابة والحوكمة الحديثة في السيطرة على
 المخاطر المالية للمشروعات الترويجية - مؤشرات التنبؤ بالمخاطر المالية - تصميم
 السياسات للتخفيف من حدة المخاطر المالية .

٦-القيادة والموارد البشري في الترويج الرياضي .

الإطار المفاهيمي لعملية القيادة بابعادها من حيث الكفاءة والفعالية - معايير القيادة في ادارة
 الترويج الرياضي : (فعالية اتخاذ القرار - فعالية إدارة الوقت - فعالية ادارة التغيير- فعالية
 الاتصال - فعالية الاهتمام بالعمل والعاملين) - تطبيقات في فعالية القيادة في مجال الترويج
 الرياضي - سبل تحسين فعالية القيادة- الاداء القيادي للعاملين في مجال ادارة الترويج الرياضي
 -المورد البشري في المشروعات الترويجية (الاختيار والاستقطاب التعيين والتنمية والتحفيز) .

٧- الاعلام والاتصالات في الترويج الرياضي

مفاهيم الاعلام والاتصالات في الترويج في ظل الثورة التكنولوجية - مهارات الاتصال
 ومكوناته وعناصره وانواعه - وسائل الاتصال الحديثة - وظائف وسائل الإعلام
 واستخداماتها وتأثيراتها في المجتمعات الحديثة - وظائف وسائل الإعلام في المجتمع -
 استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري وتحقيق الإشباع لدى الجمهور .

٨- التفاوض والازمات الاقتصادية في المشروعات الترويجية .

المفاهيم الحاكمة لكلا من (التفاوض- الازمة الاقتصادية) - مبادئ التفاوض - عناصر

التفاوض الرئيسية - مراحل عملية التفاوض (الاستكشاف - تقديم العروض - المساومة - التوصل لاتفاق - اقرار الاتفاق) - استراتيجيات التفاوض - مناورات عملية التفاوض - مفاهيم و انواع الازمات الاقتصادية فى المشروعات الترويجية - دور عملية التفاوض فى حل الازمات الاقتصادية .

خامسا : المعايير الاكاديمية الخاصة بدبلومة اقتصاديات الترويج الرياضى : يمكن التوصل لمجموعة من المعايير الاكاديمية لدبلومة اقتصاديات الترويج الرياضى المهنية على الشكل التالى :-

أولا / المعرفة والفهم : يجب أن يكون خريج هذه الدبلومة قادرا على معرفة وفهم كل من:

- ١- المعلومات والمعارف والنظريات العامة والعلوم التطبيقية المتعلقة باقتصاديات الترويج الرياضى .
- ٢- الابعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية لاقتصاديات الترويج الرياضى .
- ٣- اساسيات ومبادئ الادارة والتخطيط لصناعة الترويج الاقتصادية .
- ٤- المشكلات البحثية والعملية المرتبطة باقتصاديات الترويج الرياضى .

ثانيا : المهارات الذهنية : يجب أن يكون خريج هذه الدبلومة المهنية قادرا على:

- ١- إتخاذ القرارات وفقاً لمتطلبات بيئة العمل فى مشروعات اقتصاديات الترويج الرياضى .
- ٢- استنتاج العلاقات المتشابهة بين ابعاد اقتصاديات الترويج الرياضى والجوانب الاقتصادية المرتبطة بها .
- ٣- تخطيط البرامج الترويجية وفقاً لاسس اقتصادية فى المقام الاول .
- ٤- المقارنة بين البيئات المختلفة التى يتم التعامل معها فى مجال اقتصاديات الترويج الرياضى .
- ٥- ابتكار اساليب اقتصادية جديدة (تسويق - تمويل - رعاية) لفعاليات الترويج الرياضى .

ثالثا: المهارات المهنية : يجب ان يكون خريج هذه الدبلومة المهنية قادرا على:

- ١- القيام بالمهام الإدارية والفنية المتعلقة بمجال عمله .
- ٢- التواصل وتوظيف واستخدام المصطلحات المهنية بشكل جيد .
- ٣- التعامل بسلوكيات وآداب وأخلاقيات المهنة .
- ٤- التكيف والتأقلم مع المتغيرات فى بيئة ريادة الأعمال فى الصناعة الترويجية .
- ٦- تنظيم بعض النشاطات الاقتصادية لفعاليات الترويج الرياضى .

رابعا/ المهارات العامة : يجب ان يكون خريج هذه الدبلومة المهنية قادرا على:

- ١- استخدام الاساليب الاحصائية لقياس العوائد الاقتصادية من الترويج الرياضى .
- ٢- إنجاز المهام المكلف بها فى الإطار الزمنى المحدد .
- ٣- العمل مع الفريق والتعلم الذاتى .

٤-التعامل مع المشكلات في بيئة العمل.

٥-ممارسة مهارات الإتصال والعرض الفعال .

سادسا : مواصفات خريج دبلومة اقتصاديات الترويج الرياضى : يجب أن يكون الخريج قادرا

على:

- ١- أن يفهم ويدرك المعارف الأساسية في صناعة اقتصاديات الترويج الرياضى .
- ٢- أن يكتسب المهارات الإدارية والفنية المرتبطة بمجال اقتصاديات الترويج الرياضى .
- ٣- أن يطبق مبادئ الاقتصاد العام والاسس الاقتصادية فى فعاليات الترويج الرياضى .
- ٤- أن يخطط لبرامج اقتصاديات الترويج الرياضى بشكل سليم .
- ٥- أن يلم بمبادئ وخصائص ومهارات التأثير فى العملاء (المستفيدين) .
- ٦- أن يفهم ويمارس مهارات الإتصال والعرض الفعال .
- ٧- أن يراعى قواعد الجدوى الاقتصادية فى برامج الترويج الرياضى .
- ٨- أن يتقن مهارات التعامل مع المستثمرين فى ظل الأنماط السلوكية المتنوعة لهم .
- ٩- أن يطبق القوانين والتشريعات الخاصة بقطاع الاستثمار والاقتصاد واللوائح المنظمة للعمل
- ١٠- أن يلتزم بأداب وأخلاقيات المهنة فى مجال التخصص .
- ١١- أن يواكب المتغيرات والمستجدات الاقتصادية فى بيئة العمل التى يلتحق بها.

الاستنتاجات والتوصيات :

اولا : الاستنتاجات : فى ضوء هدف البحث والمنهجية العلمية المتبعة بالبحث امكن التوصل الى :-

- ١- وضع اطار عام وروية استشرافية تطبيقية لدبلومة مهنية فى اقتصاديات الترويج الرياضى تتضمن كلا من (المقررات الدارسية /المحتوى العلمى لتلك المقررات الاجبارية والاختيارية /عدد الساعات المقترح /المعايير الاكاديمية /مواصفات الخريج الحاصل على تلك الدبلومة).
- ٢- تقدم تطبيق واعتماد الدبلومة المهنية المتخصصة فى مجال ادارة الترويج الرياضى من خلال المجالس العلمية المتخصصة وتحديد الاجراءات التنفيذية للبدء فيها فى من اقرب وقت .

ثانيا : التوصيات :

- ١- ادراج مقرر اقتصاديات الترويج الرياضى ضمن المقررات الاجبارية فى جميع لوائح اقسام الترويج بكليات التربية الرياضية كمقرر اجبارى نظرا لمواكبته لمتطلبات واقتصاديات التنمية والتطوير فى جمهورية مصر العربية .
- ٢- تعظيم دور القطاع الخاص فى الاستثمار و صناعة الترويج خاصة المشروعات قصيرة الاجل ذات العوائد الاقتصادية المرتفعة، وقيام الدولة بتنظيم الانشطة الاستثمارية فى صناعة الترويج ودعم وتطوير البنية التحتية الاقتصادية وتقديم ضمانات قانونية للمستثمرين من الافراد

- والشركات لتقوية لصناعة الترويج واحداث تغييرات ايجابية وخلق نتائج اجتماعية اقتصادية .
- ٣- تشجيع الاقسام العلمية بكليات التربية الرياضية على التوسع فى الدبلومات المهنية المتخصصة البينية بالتعاون مع الكليات ذات الاختصاص بما يخدم السوق المحلى والخارجى واصدار تشريعات ملائمة لطبيعة المرحلة الراهنة .
- ٤- التعامل مع المعلومات كأحد اهم مصادر الاداء الاقتصادى التنافسى لتعزيز الادارة الاقتصادية والفكر الاستثمارى فى رياضة اوقات الفراغ وتكوين قاعدة معلومات تكون الاساس الذى يتم عليه اتخاذ كافة القرارات المرتبطةبعملاء برامج الترويج الرياضى .
- ٥- اجراء المزيد من الدراسات التفصيلية التحليلية لمجالات الادارة الاقتصادية لرياضة اوقات الفراغ والترويج بكليات التربية الرياضية بجمهورية مصر العربية .

قائمة المراجع :

اولا : المراجع باللغة العربية :

- ١- احمد صقر عاشور (٢٠١٨) : " التحول إلى القطاع الخاص تجارب عربية في خصخصة المشروعات العامة " ، ط ٣ ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة.
- ٢- احمد ماهر محمد (٢٠١٨) : "اقتصاديات الادارة ، ط ٢ ، المكتب العربى الحديث للنشر والتوزيع ، الاسكندرية .
- ٣- الجريدة الرسمية لجمهورية مصر العربية (٢٠١٧) : قانونى الرياضة والاستثمار ، الهيئة العامة لشئون المطابع الاميرية ، العدد (٢١) مكرر (ب، ج) ، القاهرة .
- ٤- حازم عبد العزيز البيلاوى (٢٠١٥) : " دور الدولة فى الاقتصاد " ، ط ٥ ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، القاهرة .
- ٥- خليل محمد عطية (٢٠١٩) : " دراسات الجدوى الاقتصادية " دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة .
- ٦- سعاد نايف البرنوطي(٢٠١٦) : " إدارة الأعمال الصغيرة – أبعاد الريادة" ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن .
- ٧- سعيد محمد النجار (٢٠٠٥) : " نحو إستراتيجية قومية للإصلاح الاقتصادى " ط ٤ ، دار الشروق للطباعة والنشر ، القاهرة .
- ٨- سيد عبد العزيز عثمان (٢٠١٨) : " دراسات جدوى المشروعات بين النظرية والتطبيق " ط ٢ ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ، الاسكندرية .
- ٩- صالح فايز النجار ، عبد الستار محمد العلى (٢٠١٨) : الريادة وادارة الاعمال الصغيرة ، ط ٢ ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن .

- ١٠- كمال الدين عبد الرحمن درويش ، محمد صبحي حسانين (٢٠٠٤) : " موسوعة متجهات إدارة الرياضة في مطلع القرن الجديد " ، المجلد الثالث ، دار الفكر العربي ، القاهرة .
- ١١- كمال الدين عبد الرحمن درويش، وآخرون (٢٠١٤) : " اقتصاديات الرياضة " ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة .
- ١٢- محمد صالح الحناوى (٢٠١٧) : " دراسات جدوى المشروع (الاساسيات والمفاهيم) ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ، الاسكندرية .
- ١٣- محمد صبحى حسانين ، عمرو احمد جبر (٢٠١٣) : " اقتصاديات الرياضة (الرعاية - التسويق - التمويل) " مركز الكتاب للنشر والتوزيع ، القاهرة .
- ١٤- نبيل عبد السلام شاكر (٢٠١٩) : " الادارة الفعالة للاموال والمشروعات " دار الشروق للنشر والتوزيع ، القاهرة .
- ١٥- وفاء محمد مصطفى (٢٠١٨) : " الاقتصاد المعرفى وأثره على النمو الاقتصادى " ، دار قنديل للنشر والتوزيع ، القاهرة .
- ١٦- يحيى محمد الجيوشى وآخرون (٢٠١٤) : " نموذج مقترح لادارة مراكز التنمية الرياضية فى ضوء الادارة الاقتصادية بجمهورية مصر العربية " المجلة العلمية لكلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان .

ثانيا : المراجع باللغة الاجنبية :

- 17- Chris Rojek, Susan M. Shaw, A. J. Veal(2016) : Economics of Leisure, th 3 ed, Palgrave Macmillan, London, U.K.
- 18- john Tribe: (2017) : The economics Of Recreation ,Leidur,Tourism" 4th edition ,new York. U.S.A.
- 19 -Nick Hanley ,Robert Wright: (2018) The economics Of Outdoor Recreation, " third edition, Edward Elgar Pub , University of Glasgow U.K.
- 20- Peter Taylor ,Chris Gratton (2018) : The economics Of Sport And Recreation - An Economic Analysis" 2nd Edition, Routledge, Sheffield Hallam University. Sheffield, U.K .
- 21- Rural Recreation Association(2015) : **Economic Benefits of Rural Recreation and Leisure Services**, Canada .
- 22- *Economic Value: Active Transportation and Your Health*(2014) : Healthy Living Niagara.
- 23- Measuring the Economic Impact of Park and Recreation Services(2010) : John L. Crompton, National Recreation and Parks Association ~ Research Series, Canada .
- 24- Z. Altaibayeva, G. Nurmukhanova, R. Alimkhanova (2018) : "

Intensive Investment Activity for the Development of Recreational Areas",
European Research Studies Journal , Volume XXI, Issue 2, University of
Eurasia, k.z .

ثالثا : شبكة المعلومات الدولية :

٢٥-المواقع الالكترونية للجامعات المصرية والاجنبية التي تم الرجوع اليها والمشار اليها فى متن
البحث .

[26https://www.nrpa.org/](https://www.nrpa.org/)

27- . <http://upt.pavlodar.gov.kz/>