

الإدارة الرياضية والعلاقات العامة لبناء العلامة التجارية

12 – 16 أبريل 2027

باريس

AGILE LEADERS
Training Center

AGILE LEADERS
Training Center

الإدارة الرياضية والعلاقات العامة لبناء العلامة التجارية

المرجع: 91_50737 **التاريخ:** 12 – 16 أبريل 2027 **المكان:** باريس **الرسوم:** Euro 5700

AGILE LEADERS
Training Center

نظرة عامة على الدورة

تعتبر هذه الدورة التدريبية المكثفة الممتدة على مدار أسبوع برنامجا شاملا مصمما خصيصا لتزويد المتخصصين بالمعارف والمهارات اللازمة لاستثمار قوة الرياضة كأداة استراتيجية في مجالات العلاقات العامة، تعزيز الظهور المؤسسي، مشاركة أصحاب المصلحة، والاتصال بالعلامات التجارية. تستكشف الدورة أفضل الممارسات في الإدارة الرياضية، والتسويق القائم على الفعاليات، والرعاية، والقيادة، وتوظيف الرياضة لتحقيق الأهداف المؤسسية والمجتمعية. سيقوم المشاركون بتحليل دور الرياضة في صياغة الصورة الذهنية للمؤسسات، والترويج لبرامج القطاع العام، وتوطيد التواصل الحكومي والأكاديمي، فضلا عن التخطيط الاستراتيجي للأندية والاتحادات وإدارة الفعاليات غير الربحية.

الفئة المستهدفة

- مسؤولو العلاقات العامة
- مديرو ومنسقو الشؤون الرياضية
- مسؤولو الاتصال والتواصل الجامعي
- أخصائيو الاتصال المؤسسي
- مديرو الفعاليات
- مسؤولو الشؤون الرياضية الحكومية
- مديرو التسويق والعلامات التجارية

الإدارات المستهدفة

- الاتصالات المؤسسية
- الشؤون العامة والعلاقات الاعلامية
- التسويق وبناء العلامة التجارية
- وحدات التنمية الرياضية
- إدارات إدارة الفعاليات
- المسؤولية الاجتماعية والتواصل المجتمعي

AGILE LEADERS
Training Center

القطاعات المستهدفة

- مؤسسات الحكومة والقطاع العام
- مؤسسات التعليم العالي والجامعات
- المنظمات غير الربحية ومنظمات التنمية المجتمعية
- الاتحادات والأندية الرياضية
- الشركات التجارية ذات مبادرات المسؤولية الاجتماعية
- وكالات العلاقات العامة والإعلام

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- شرح المبادئ الأساسية للإدارة الرياضية الاستراتيجية وتوظيفها بفعالية.
- تحديد كيفية استخدام الرياضة كأداة للعلاقات العامة لتعزيز الظهور المؤسسي.
- مناقشة تصميم حملات التسويق وبناء العلامة التجارية القائمة على الفعاليات الرياضية.
- تلخيص استراتيجيات الرعاية وجمع التبرعات ضمن الإدارة الرياضية الحديثة.
- مقارنة الطرق المختلفة لتشجيع مشاركة أصحاب المصلحة والمجتمع عبر الأنشطة الرياضية.
- تصنيف سبل دمج الرياضة في استراتيجيات الاتصال والتواصل للقطاع العام.
- تحليل دراسات حالة تتعلق بالعلامات التجارية الرياضية، القيادة، والعلاقات الإعلامية.

محاور الدورة

اليوم الأول: أساسيات الإدارة الرياضية والتموضع المؤسسي

- مقدمة في الإدارة الرياضية الاستراتيجية
- فهم نطاق الإدارة الرياضية عبر مختلف القطاعات
- بيئة الأعمال الرياضية: الديناميكيات الداخلية والخارجية
- الهياكل التنظيمية في الأندية والاتحادات الرياضية
- القيادة الرياضية وصنع القرار في المؤسسات
- التحديات التشغيلية الرئيسية في البرامج الرياضية

اليوم الثاني: الرياضة كأداة للعلاقات العامة وبناء العلامة التجارية

- استراتيجيات العلاقات العامة في المنظمات الرياضية
- الاستفادة من الرياضة لتعزيز الظهور المؤسسي وصورة الشركات
- العلاقات المجتمعية من خلال المبادرات الرياضية
- علاقات العامة الرياضية للجهات الحكومية والقطاع العام
- العلامات التجارية الرياضية للجامعات ومؤسسات التعليم

اليوم الثالث: التسويق الرياضي والرعاية وإدارة الفعاليات

- مفاهيم التسويق الرياضي الحديث وإشراك الجمهور
- تطوير مقترحات الرعاية الرياضية وجذب المستثمرين
- استراتيجيات جمع التبرعات للكيانات الرياضية وغير الربحية
- إدارة الفعاليات الرياضية الكبرى والمجتمعية
- قياس العائد على الاستثمار في الرعاية الرياضية

اليوم الرابع: القيادة، الحوكمة، وإشراك أصحاب المصلحة

- حوكمة المنظمات الرياضية والامتثال المعياري
- بناء الشراكات الاستراتيجية مع أصحاب المصلحة
- التواصل الأزماتي وإدارة السمعة في المجال الرياضي
- تفعيل دور المجتمعات المحلية عبر الرياضة
- دور القيادات في توجيه الرسائل الإعلامية الرياضية

اليوم الخامس: التطبيق العملي، دراسات الحالة، والتقييم النهائي

- تحليل دراسات حالة محلية وعالمية ناجحة في العلامات التجارية الرياضية
- ورشة عمل تفاعلية لتصميم استراتيجية رياضية مؤسسية
- جلسات النقاش المفتوح وتبادل الخبرات بين القطاعات
- عرض المشاريع النهائية وتقييم الخطط المقترحة
- الملخص الختامي وتوزيع شهادات الإتمام

الأسئلة الشائعة

من هو المستفيد الأكبر من هذه الدورة؟

يستفيد منها بشكل مباشر مسؤولو العلاقات العامة، مديرو الرياضة، مسؤولو الاتصال المؤسسي، والعاملون في الهيئات الحكومية والرياضية الراغبون في تعزيز علامتهم التجارية عبر الرياضة.

هل تتطلب الدورة خبرة سابقة في الرياضة؟

لا تتطلب الدورة خبرة رياضية احترافية سابقة، بل تركز على الجوانب الإدارية، التسويقية، والاستراتيجية التي تناسب مختلف الخلفيات المهنية.

كيف يتم تنفيذ التدريب خلال الأيام الخمسة؟

يتم الجمع بين المفاهيم النظرية والتطبيقات العملية عبر محاضرات تفاعلية، دراسات حالة جماعية، ولعب أدوار لضمان الاستفادة القصوى.

ما هي المخرجات التي يحصل عليها المشارك بعد الدورة؟

يحصل المشارك على أدوات عملية تشمل نماذج مقترحات رعاية، قوائم تدقيق لتخطيط الفعاليات، وأطر عمل لإشراك أصحاب المصلحة وبناء العلامة المؤسسية.