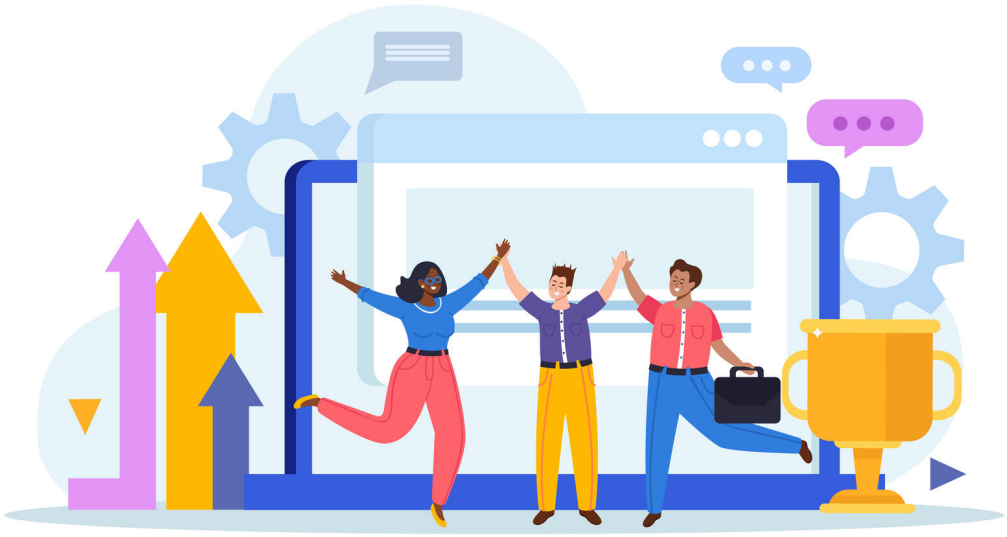


إدارة تسويق الرياضة المهنية وإدارة الرعاية في العالم العربي

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: IND15 - 126

هدف الكورس

بحلول نهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على: ـ فهم أسس تسويق الرياضة وإدارة العلامات التجارية. ـ تعلم كيفية صياغة قصص علامات تجارية أصيلة تجذب المشجعين والرعاة. ـ وضع استراتيجيات تسويقية تزيد من الرؤية والولاء للعلامة التجارية على المدى الطويل. ـ استخدام النظم الرقمية وشراكات النشر لتوسيع نطاق العلامة التجارية في مجال الرياضة. ـ بناء والحفاظ على شبكات رعاية وشراكة قوية.

الجمهور

هذه الدورة مناسبة لـ:

- محترفي التسويق والاتصالات في منظمات الرياضة.
- مديري العلامات التجارية، ومتخصصي العلاقات العامة، والمسوقين الرقميين في قطاع الرياضة.
- المسؤولين الرياضيين، أصحاب الفرق، ومدراء الأندية.
- رجال الأعمال، والمستشارين، وأي شخص يعمل في تسويق الرياضة.

منهجية التدريب

```html

سيشارك المشاركون في جلسات يقودها مدربون، تتضمن دراسات حالة من الواقع، وتمارين تفاعلية حول تخطيط الحملات، ومناقشات جماعية حول استراتيجيات تموضع العلامة التجارية. سيتم توفير أدوات رقمية، ونماذج، وأطر عملية لمساعدة المشاركين على تطبيق ما يتعلمونه. يتضمن البرنامج أيضًا مشاريع صغيرة، واختبارات، ومشاركة أفضل الممارسات لضمان تجربة تعلم عملية.

```

الملخص

تقدم هذه الدورة فرصة استكشاف عميقة في عالم تسويق الرياضة وبناء العلامات التجارية، مع التركيز على إنشاء علامات تجارية قوية ولا تُنسى في مجال الرياضة وزيادة التفاعل العاطفي مع المشجعين. سيتعلم المشاركون استراتيجيات إنشاء هويات علامات تجارية جاذبة، واستغلال وسائل الإعلام الرقمية، وإدارة الرعايا، وتعزيز الولاء بين المشجعين. من خلال الرؤى العملية وأفضل الممارسات في الصناعة، تُعد هذه الدورة الاحترافيين لتصميم حملات تسويقية ذات تأثير يرتقي بالمنظمات الرياضية في سوق تنافسي.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

القسم 1: أسس تسويق الرياضة

- فهم العناصر الأساسية: المنتج، الترويج، التوزيع، والتسعير.
- تحليل نفسية المشجعين واتخاذ القرارات في سياق الرياضة.
- تطوير عرض قيمة جذاب للعلامات التجارية الرياضية.
- مواءمة أهداف التسويق مع هوية الفريق وأهداف الأداء.

القسم 2: بناء علامة تجارية رياضية قوية

- تصميم هوية علامة تجارية واضحة وفعالة.
- تقنيات السرد لخلق روابط عاطفية مع المشجعين.
- استراتيجيات تموضع العلامة التجارية لتحقيق ميزة تنافسية.
- إدارة السمعة والتعامل مع الأزمات الإعلامية في الرياضة.

القسم 3: التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي في الرياضة

- بناء مجتمعات المشجعين عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- استراتيجيات التسويق الرقمي لزيادة تفاعل وولاء المشجعين.
- التعاون مع المؤثرين والرياضيين للترويج للعلامة التجارية.
- تتبع وقياس نجاح الحملات الرقمية وتفاعل المشجعين.

القسم 4: إدارة الرعاية والشراكات

- تحديد وتأمين والحفاظ على الرعايات في صناعة الرياضة.
- صياغة حزم رعاية جذابة تتماشى مع قيم العلامة التجارية.
- إدارة علاقات الرعاة وضمان تقديم قيمة متبادلة.
- تقييم العائد على الاستثمار (ROI) لأنشطة الرعاية.

القسم 5: تعزيز ولاء المشجعين وتفاعل العلامة التجارية

- استراتيجيات لتعميق الروابط العاطفية مع المشجعين.
- إنشاء محتوى من إنتاج المشجعين وتجارب غامرة.
- استخدام تحليلات البيانات لتخصيص الجهود التسويقية.

- تحفيز الابتكار في تفاعل المشجعين لتحقيق نمو مستمر للعلامة التجارية.

القسم 6: الابتكار والاتجاهات في تسويق الرياضة

- التكيف مع الاتجاهات الناشئة في تفاعل المشجعين الرقمي.
- استكشاف التقنيات الجديدة مثل الواقع المعزز/الواقع الافتراضي في العلامات التجارية الرياضية.
- الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية في حملات تسويق الرياضة.
- النظرة المستقبلية: العولمة والتحول الرقمي في تسويق الرياضة.

تفاصيل الشهادة

Holistique Training. عند إتمام هذه الدورة التدريبية بنجاح، سيحصل المشاركون على شهادة إتمام التدريب من (e-Certificate) وبالنسبة للذين يحضرون ويكملون الدورة التدريبية عبر الإنترنت، سيتم تزويدهم بشهادة إلكترونية من Holistique Training.

وخدمة اعتماد التطوير المهني (BAC) معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم Holistique Training شهادات ISO 29993.و ISO 21001و ISO 9001 كما أنها معتمدة وفق معايير ،(CPD) المستمر

لهذه الدورة من خلال شهاداتنا، وستظهر هذه النقاط على شهادة إتمام (CPD) يتم منح نقاط التطوير المهني المستمر واحدة عن كل ساعة CPD يتم منح نقطة ،CPD ووفقًا لمعايير خدمة اعتماد .Holistique Training التدريب من .لأي دورة واحدة نقدمها حاليًا CPD حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة

التصنيفات

الترفيه والضيافة والرياضة, الإعلام والتسويق, إدارة المشاريع

مقالات ذات صلة



Brand Loyalty: The Ultimate Guide

Uncover the metrics and strategies vital for understanding brand loyalty. Explore how to measure and cultivate consumer allegiance, grasp the nuances between brand and .customer loyalty, and learn from exemplary companies with devoted followings