

التسويق الإلكتروني للمنشآت الرياضية بالجامعات المصرية

*أ.د / أنور وجدي علي الوكيل

**أ.د / محمد فوزي عبدالعزيز

***الباحث/ محمود يوسف عبدالغني

=====

يرى الباحثون ضرورة التعرف على الدور الذي يمكن أن يلعبه التسويق الإلكتروني بالمنشآت الرياضية في الجامعات المصرية للمساهمة في إقامة الدورات والمسابقات العالمية والإقليمية والقارية والمحلية على هذه المنشآت ومدى الاستفادة منها ، ومن خلال الاطلاع والمسح المرجعي للمراجع والبحوث العلمية في مجال الإدارة لم يجد الباحثون دراسة عن التسويق الإلكتروني للمنشآت الرياضية بالجامعات المصرية.

يهدف البحث الحالي إلى التسويق الإلكتروني للمنشآت الرياضية بالجامعات المصرية.

استخدم الباحثون المنهج الوصفي (أسلوب الدراسات المسحية) بخطواته وإجراءاته وذلك لمناسبته لتحقيق أهداف البحث . ويمثل مجتمع البحث الحالي في مديري المنشآت الرياضية والمستشارين والأخصائيين الرياضيين وأعضاء مجلس إدارة المنشآت الرياضية.

قام الباحثون بتطبيق أدوات جمع البيانات على جميع أفراد العينة قيد البحث من مديري المنشآت الرياضية والمستشارين والأخصائيين الرياضيين وأعضاء مجلس إدارة المنشآت الرياضية في الفترة من ٢٠١٥/٦/١ إلى ٢٠١٥/٨/٢٤ .

وتوصلت أهم نتائج البحث إلى الاهتمام بالتسويق الإلكتروني داخل المنشآت الرياضية ، وتوثيق جميع البطولات التي يتم استضافتها داخل المنشأة.

*أستاذ الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية جامعة المنيا

**أستاذ الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية جامعة المنيا

***باحث بقسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية جامعة المنيا