

خطة مقترحة لتسويق المنشآت الرياضية

بأندية القوات المسلحة



٠٠٢٠١٠٠٢٩٣٣٣

الدكتور
خالد عبد الحي محاسب



٠٠٢٠٣٥٤٤٨٠

الفهرس

الموضوع	الصفحة
شكر وتقدير	5
الفصل الأول	9
(الإطار العام للدراسة)	11
المقدمة و مشكلة الدراسة	14
هدف الدراسة	15
تساؤلات الدراسة	15
مصطلحات الدراسة	15
الفصل الثاني	17
(الإطار النظري والدراسات السابقة)	19
أولاً: - الإطار النظري	19
نشأة التسويق	19
مفهوم التسويق	20
المرتكزات الأساسية لمفهوم التسويق	24
تعريف التسويق	25
التسويق والعلوم الأخرى .	26
المزيج التسويقي	27
وظائف التسويق	28
التسويق في المنظمات الغير هادفة للربح	29
العوامل البيئية المؤثرة على النظام التسويقي	31
العناصر الأساسية للعملية التسويقية	32
تطور النشاط التسويقي	35
أهداف التسويق	36
التسويق الرياضي	38
مفهوم التسويق الرياضي.	38

الصفحة	الموضوع
40	تعريف التسويق الرياضى
42	عناصر التسويق الرياضى
49	مجالات التسويق الرياضى
49	مجالات صناعة الرياضة
51	أهمية التسويق الرياضى
52	أهمية التسويق الرياضى للمؤسسات الرياضية
54	خصائص التسويق الرياضى
54	العوامل التى تؤثر على التسويق الرياضى .
55	الصفات والخصائص التى تميز دراسات التسويق
55	الخطوات التى يمكن أن تتبعها المنشأة فى عملية تكوين المزيج التسويقى
56	استراتيجية التسويق الرياضى
57	خطة التسويق الرياضى
60	الإمكانات
60	مزايا دراسة إمكانات المنشآت الرياضية
62	أنواع الإمكانات
68	ثانياً :- الدراسات السابقة
68	أولاً :- الدراسات العربية
76	ثانياً :- الدراسات الأجنبية
78	التعليق على الدراسات السابقة
79	الإستفادة من الدراسات السابقة.
81	الفصل الثالث
81	(إجراءات الدراسة)
83	منهج الدراسة
83	مجتمع الدراسة

الصفحة	الموضوع
83	عينة الدراسة
86	أدوات الدراسة
91	الدراسة الإستطلاعية
93	المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان
100	تطبيق الدراسة
100	المعالجات الاحصائية
101	الفصل الرابع (عرض ومناقشة النتائج)
103	عرض ومناقشة نتائج المحور الأول
114	عرض ومناقشة نتائج المحور الثاني
124	عرض ومناقشة نتائج المحور الثالث
149	عرض ومناقشة نتائج المحور الرابع .
159	الفصل الخامس (الإستنتاجات والتوصيات)
161	أولاً: - الإستنتاجات
165	ثانياً: - التوصيات
187	قائمة المراجع:
189	أولاً: - المراجع العربية
196	ثانياً: - المراجع الأجنبية