

استراتيجية للتسويق الرياضى والاستثمار بالمؤسسات الرياضية المختلفة

فى ضوء التحولات الاقتصادية العالمية المعاصرة

*Sporting Marketing and Investment Strategy
In Various Sporting Estabis Himents In View
Of Contemporary Economic*

دكتور

حسن أحمد الشافعى

دكتورة

عليه عبد المنعم حجازى



الفهرس

الموضوع	الصفحة
الفصل الأول : المقدمة ومشكلة البحث	٥٨-٧
أهداف البحث	
تساؤلات البحث	
مصطلحات البحث	
أسباب وأهمية البحث من خلال الدراسات المرجعية	
الفصل الثانى : استراتيجية للتسويق الرياضى والاستثمار بالمؤسسات الرياضية	١٠٤-٥٩
التسويق الرياضى	
الاستثمار فى المؤسسات الرياضية	
التسويق الرياضى للمشروع الاستثمارى الاقتصادى فى المؤسسات الرياضية	
الخصخصة فى المؤسسات الرياضية	
التأجير التمويلى بالمؤسسات الرياضية	
التسويق للمشروعات الصغيرة بالمؤسسات الرياضية	
التسويق الرياضى والإعلام	
إدارة الجودة الشاملة للتسويق الرياضى والاستثمار بالمؤسسات الرياضية	
الفصل الثالث : إجراءات البحث	١٥٠-١٠٥
المنهج المستخدم	
مجتمع الدراسة والعينة	
أدوات جمع البيانات	
أ - المقابلة الشخصية	

	ب- استمارة الاستبيان
	تقنين الاستمارة
	أ - صدق المحتوى المحكمين
	ب- صدق الاتساق الداخلي
	ثبات الاستبيان
	تطبيق الاستبيان
	المعالجات الإحصائية
٢٠٦-١٥١	الفصل الرابع : عرض ومناقشة النتائج
٣٠٤-٢٠٧	الفصل الخامس
	الاستخلاصات
	التوصيات
٣٤٠-٣٠٥	المراجع
	أولاً : المراجع العربية
	ثانياً : المراجع الأجنبية
٤٥٠-٣٤١	المرفقات
	استمارة الاستبيان النهائية
	ملخص الدراسة باللغة العربية
	ملخص البحث باللغة الإنجليزية