

---

# Identify factors affecting the marketing of public theater in Egypt - toward a proposed marketing strategy

**Mahmoud Abd Elwahab Ibrahim Shams**

يتناول هذه الرسالة الظروف المحيطة بعمليات تسويق العروض المسرحية المقدمة من قبل البيت الفنى للمسرح وهى مسارح القومى، الطلية، الشباب، السلام فتبحث الرسالة عن العوامل المؤثرة على الكفاءة والفاعلية التسويقية ومن خلال تلك العوامل المؤثرة يضع الباحث إطار إستراتيجى تسويقى مقترن لتلك المسارح فى الفترة القادمة.اهداف الدراسة:تهدف الدراسة لتحقيق ما يلى:أ. تحديد ماهية العوامل (المتغيرات) التى تؤثر على تسويق العروض المسرحية العامة فى مصر .ب- صياغة استراتيجية لتسويق العروض المسرحية العامة فى مصر من خلال تحديد:1. استراتيجيات وسياسات تقديم العرض المسرحى.2. استراتيجيات وسياسات تسعير العرض المسرحى.3.استراتيجيات وسياسات ترويج العرض المسرحى.4. استراتيجيات وسياسات توزيع العرض المسرحى.هيكل الدراسة:ببدا الباحث بعرض مقدمة الدراسة ثم تنقسم الدراسة الى بابين رئيسين:الباب الاول: يضم الاطار النظري للدراسة ويشتمل على الفصل الثانى وفيه يتم تناول تسويق الخدمات ويتبعه الفصل الثالث ويتم فيه تناول موضوع التسويق الاجتماعى ثم الفصل الرابع الذى يتعرض لتسويق الافكار ويتبعه الفصل الخامس حيث يتم عرض نظم التسويق المسرحى ويتبع ذلك الباب الثانى الذى يضم الاطار التطبيقى.