
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 الفني للمسرح وهى مسارح القومى، الطليعة، الشباب، السلام فتبحث الرسالة عن العوامل المؤثرة على الكفاءة والفاعلية التسويقية ومن خلال تلك العوامل المؤثرة يضع الباحث إطار إستراتيجى تسويقى مقترح 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 تررويج العرض المسرحى.4. استراتيجيات وسياسات توزيع العرض المسرحى.هيكل الدراسة:يبدأ الباحث بعرض مقدمة الدراسة ثم تنقسم الدراسة الى باين رئيسين:الباب الاول: يضم الاطار النظرى 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.