جامعة وهران 2
محمد بن أحمد
Université d'Oran 2
Mohamed Ben Ahmed

جامـــــــــعة وهـــــران2

كلية العلـــوم الاقتصادية التجارية و علوم التسيير

أطروحـــــــــــة
للحصول على شهادة دكتوراه في العلوم
في العلوم التجارية

الإعلام الرياضي أداة لرفع تنافسيّة الشركات التجاريّة

من إعداد الطالب:
يحي بونخالة

تحت إشـراف:
أ. كربالي بغداد

لجنة المناقشة:

السيد سالم عبد العزيز	أستاذ التعليم العالي	جامعة وهران 02	رئيسا
السيد كربالي بغداد	أستاذ التعليم العالي	جامعة وهران 02	مقررا
السيد بن شيخ الهواري	أستاذ التعليم العالي	جامعة وهران 02	مناقشا
السيد عمراني محمد	أستاذ محاضر "أ"	جامعة مستغانم	مناقشا
السيد بن شني يوسف	أستاذ محاضر "أ"	جامعة مستغانم	مناقشا
السيد سماحي أحمد	أستاذ محاضر "أ"	جامعة تلمسان	مناقشا

السنة الجامعية: 2020-2021

"**العنوان**"

الملخص:

أثبت الإعلام الرياضي في السنوات الأخيرة على أنه من أحدى الأدوات الناجعة و الممتازة للرفع من ميّزة التنافسية للشركات التجارية، من خلال عنصر الإعلان، والإشهار و الترويج للمنتجات عن طريق عامل الرعاية و التمويل الرياضي للأحداث والبطولات، و الدورات الرياضية. و التي هي من أحد أبرز طرق التسويق الرياضي للوصل بسهولة إلى المستهلك النهائي والمتمثل في المشجع الرياضي مستغلة بذلك الدراسة الجيّدة لسلوك المستهلك ورغباته و تعلقه بكرة القدم باعتبارها من أكثر الرياضيات الشعبية متابعة في العالم.

الكلمات المفتاحية: التسويق الرياضي، الإعلام الرياضي، الميزة التنافسية، الرعاية الرياضية.

« Intitulé »

Résumé :

Ces dernières années, le média sportif est avérés être l'un des outils les plus efficaces pour améliorer l'avantage concurrentiel des sociétés commerciales par le billet de l'annonce, la publicité et la promotion des produits avec le sponsor et le financement sportif pour les événements et les tournois sportifs. Le sponsor est devenu l'un des méthodes les plus importantes de marketing sportif qui permis d'arrivé facilement à comprendre le consommateur final et qui représente le fan du sport, avec une bonne étude des comportements et le désir du consommateur qui suit le sport le plus populaires dans le monde.

Mots-clés: Marketing Sportif, Médias Sportifs, Avantage Concurrentiel, Sponsor Sportifs.

« Title »

Abstract :

In recent years, sports media has proved to be one of the most effective and excellent tools to increase the competitive advantage of commercial companies through advertising, advertising and promotion of products through sponsorship and sports financing for events and tournaments and sports courses. Which is one of the most important methods of marketing sports to connect easily to the end consumer and the sports fan, taking advantage of the study of good consumer behavior and desires and related to football as one of the most popular follow-up in the world.

Keywords: Sports Marketing, Sports Media, Competitive Advantage, Sports Sponsoring.