



**Libyan International Medical University**

**Faculty of Business Administration**

**Department of Marketing  
Graduation Project**

**The Use of Social Media in Sport Marketing: Evidence from  
AlAhly Libyan Club  
In Partial Fulfilment of The Requirements for the Degree of  
Bachelor sciences in Marketing Management  
Benghazi**


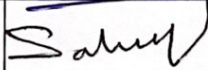
**Student Name:  
Anas Adel ElKish**

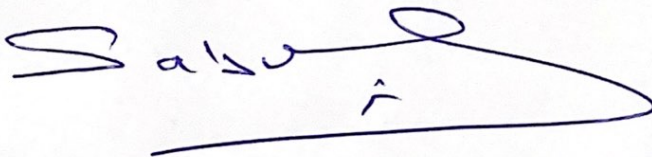
**Supervised By:  
Dr. Sabri Elkrghli**

**Spring 2021**

### Acceptance and Approval

The graduation project titled “The Use of Social Media in Sports Marketing: Evidence from AlAhly Libyan Club” has been prepared by:

Project Examiners	Accepted	Rejected
Dr. Sabri Elkrghli (Supervisor)		
Dr. Salwa Elakeili (Examiner)		



Dr. Sabri Elkrghli

Dean, Faculty of Business Administration

Libyan International Medical University



### **Abstract (English Version)**

The current study aimed to measure to what extent social media marketing has been used by AlAhly Club in Libya.

Data was collected by questionnaire instrument has been designed specifically under the direct supervision of Dr. Sabri Elkrghli. A number of 775 responses were collected and analysed. SPSS has been used to analyse the data using numerous statistical techniques such as Tests of Normality, frequencies and Non-parametric tests.

The key results of the study showed that Social Media Marketing has been used a communication tool by Alahly Club Team and the fans as well. Some demographical factors were found to have an impact, while other did not have an impact. The study concluded with its limitations and puts forward some theoretical and practical implications.

**Keywords: Sports Marketing, Social Media, AlAhly Club, Libya**

## Abstract (Arabic Version)

هدفت الدراسة الحالية إلى محاولة التعرف على درجة استخدام أدوات التواصل الاجتماعي في التسويق الرياضي بنادي الأهلي في ليبيا، حيث تم تصميم استمارة استبانة تحت إشراف الدكتور صبري الكرغلي، ثم تم توزيعها إلكترونياً على إدارة نادي الأهلي والمشجعين من خلال صفحة النادي الأهلي على منصة الفيسبوك.

بعد توزيع استمارة الاستبانة الإلكترونية تم تجميع وتحليل 775 استمارة استبانة، وقد تم اللجوء إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية في تحليل البيانات المُجمعة، حيث تبين أن البيانات تتبع التوزيع غير الطبيعي.

وقد كان من بين أهم نتائج الدراسة هو وجود استخدام لأدوات التواصل الاجتماعي في التسويق الرياضي، كما أن العوامل الشخصية تبين لبعضها تأثير أكثر من غيرها. وقد اختتمت الدراسة بذكر أبرز التحديات وأوجه القصور، كما تقدمت بعدد من التوصيات والمضامين النظرية والتطبيقية.

**الكلمات الدالة: التسويق الرياضي، أدوات التواصل الاجتماعي، النادي الأهلي، ليبيا**