

<<体育市场调查与分析>>

图书基本信息

书名：<<体育市场调查与分析>>

13位ISBN编号：9787040140347

10位ISBN编号：7040140349

出版时间：2004-1

出版时间：高等教育出版社图书发行部（兰色畅想）

作者：刘勇

页数：349

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<体育市场调查与分析>>

### 前言

在21世纪刚刚揭开序幕的最初年头里，我们以“社会体育”为主题，编写了一套系列教材，作为对新世纪的献礼，作为对全面建设小康社会的献礼，作为对中国现代化进程的献礼。

现代化是一个世界性的历史进程，现代化问题是当今世界普遍关注的问题。

人类从重视过去，到注重现在，到关注未来，无疑是认识上的一个飞跃。

在现代化进程中，人的现代化是现代化的核心内容。

它既是现代化的起点，也是现代化的归宿。

而人的现代化应该是全面的，既包括物质层面，也包括精神层面。

体育运动在人的现代化过程中起着积极的作用。

科学发展观的确立，现代化的诉求，最终必将体现在人的全面发展上。

理论构建、学科建设在倡导和形成学习型社会中，在推动社会进步方面无疑是带有根本性的意义。

这种使命感和责任感使我们有了共同的愿望。

我们抱着积跬步达千里的心态，踏上这样一条布满荆棘的探索之路。

回眸人类的历史，在古今中外的文明史中，全世界公认的三次人类文明的高峰与体育运动的发展有着高度的关联。

一是古希腊文明，它勃兴了古代奥林匹克运动会；二是曾称“日不落帝国”的英国，它是近代第一次现代化的代表，催生了户外运动；三是知识经济的代表——美国，在第二次现代化的过程中，把竞技运动职业化、商业化推到极至，同时催生了休闲体育，使以奥林匹克为核心的国际竞技体育和以休闲健身为标志的大众体育成为当今世界的重要文化活动。

这三次人类文明的高峰，产生了伟大的体育实践，从而极大地改变了人类的价值观念和生活方式。

然而，令人扼腕的是，虽有震撼世界的体育实践，却少有影响世界的体育理论。

近现代的人文科学、社会科学、自然科学和工程技术领域，都出现了影响深远的理论，而体育的理论却未能得到相应的发展。

作为体育的理论工作者，难道我们不该从中得到些什么启示吗？

## <<体育市场调查与分析>>

### 内容概要

《体育市场调查与分析》主要内容包括体育市场调查的组织机构、体育市场调查的方案设计与一般流程、体育市场调查的方法、体育消费品需求与供给的调查、体育人力资源的调查、体育产品销售的调查、体育消费者的调查、体育广告的调查、互联网在体育市场调查中的作用、互联网市场调查的基础、互联网问卷调查、数据与网站的可信性和有效性、网上市场调查的道德和法律问题等。

《体育市场调查与分析》也可作为普通高等学校体育其他专业选修课教材以及社会体育工作者参考用书。

## <<体育市场调查与分析>>

### 书籍目录

绪论第一章 体育市场调查的组织机构第一节 体育市场调查机构的类型及其职能第二节 体育市场调查中的职位及其职责第二章 体育市场调查的方案设计与一般流程第一节 体育市场调查的方案设计第二节 体育市场调查方案设计的一般流程第三节 体育市场调查方案设计实例的基本要求第三章 体育市场调查的方法第一节 体育市场调查问卷的设计第二节 体育市场调查的具体方法第三节 体育市场调查的质量控制第四章 体育消费品需求与供给的调查第一节 体育消费品需求的调查第二节 体育消费品购买力的调查第三节 体育消费品供给的调查第五章 体育人力资源的调查第一节 体育人力资源调查概述第二节 体育人力资源的预测第三节 体育人力资源选拔的方法第六章 体育产品销售的调查第一节 体育产品销售质量与总量的调查第二节 体育新产品投放市场的调查第三节 体育产品销售渠道的调查第四节 体育产品销售份额与价格的调查第七章 体育消费者的调查第一节 体育消费者购买动机的调查第二节 体育消费者购买行为的调查第三节 体育消费者固定样本的调查第八章 体育广告的调查第一节 体育广告媒体的调查第二节 视听率的调查第三节 体育广告效果的调查第九章 互联网在体育市场调查中的作用第一节 互联网概述第二节 互联网对体育市场营销调查的重要性第三节 互联网市场调查面临的障碍第四节 互联网调查的未来第十章 互联网市场调查的基础第一节 搜索技术第二节 搜索工具第三节 搜索建议第十一章 互联网问卷调查第一节 互联网问卷调查的方法第二节 互联网问卷调查的特点第三节 网上问卷调查第四节 网上调查企业名录第五节 自己动手设计互联网问卷调查第十二章 数据与网站的可信性和有效性第一节 元信息概述第二节 REAP评价体系第三节 网站评价体系第四节 在互联网上搜索信息第十三章 互联网市场调查的道德与法律问题第一节 互联网的控制和安全性问题第二节 互联网的知识产权问题第三节 互联网的商标保护、域名抢注和诽谤问题第四节 互联网的隐私权与消费者保护问题附录体育市场调查与分析案例参考文献

## <<体育市场调查与分析>>

### 章节摘录

插图：第二节体育人力资源的预测一、体育人力资源的需求预测体育人力资源的需求预测是指体育组织为实现既定目标而对未来所需员工的数量和种类进行估算的过程。

(一)影响体育人力资源需求预测的因素1. 体育组织发展的战略目标体育组织发展目标是影响体育人力资源的需求预测的重要因素。

根据体育组织的年度工作计划,可以进行以年为计划期的体育人力资源的需求预测。

若进行中、长期的体育人力资源的需求预测,则要依据体育组织的中、长期发展战略目标来进行。

2. 体育组织结构在市场经济条件下,体育组织要实现自己的发展战略,通常会因市场变化和组织的不同发展阶段而调整本组织的内部结构。

而组织结构的变化不仅会影响计划期内体育人力资源需求的增加或减少,而且还将影响到体育组织内部各级管理人员与普通员工的比例关系。

3. 技术水平技术水平对体育人力资源需求的影响也很重要,这既有正面的影响,也有负面的影响。

例如,有了新的技术,一方面会生产出新的体育产品,从而扩大对体育人力资源的需求;另一方面,由于新技术使生产效率大大提高,从而有可能减少对体育人力资源的需求。

此外,国家对体育产业发展的方针政策也会对体育人力资源的需求预测产生重大影响。

<<体育市场调查与分析>>

编辑推荐

《体育市场调查与分析》为高等学校教材之一。

<<体育市场调查与分析>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>