

<<体育赞助>>

图书基本信息

书名：<<体育赞助>>

13位ISBN编号：9787309092721

10位ISBN编号：7309092724

出版时间：2012-11

出版时间：复旦大学出版社

作者：沈佳

页数：197

字数：301000

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>

<<体育赞助>>

前言

2008年北京奥运会的成功举办，广大民众对于奥运会的热衷和追随，国际赞助商们丰富新颖的营销活动，让中国的企业认识到体育赞助这一新兴的营销手段背后所蕴藏的巨大的商业价值。

根据普华永道公司2010年发布的预测报告显示，全球体育产值的年均增长率为3.7%，至2015年产值将达1453亿美元，而体育赞助以每年5.3%的发展速度，2015年达到453亿美元的全球产值，并首次超越门票收入，位列各细分市场第一位。

体育赞助在我国的起步较晚，在体制、运作模式和效果评估等方面都存在着较大的差距。

纵观世界体育赞助的发展，体育赞助的未来将不断向产业化、专业化、多元化和人性化的方向发展，而我国在这些方面的准备和经验还非常欠缺，尤其是缺乏对体育赞助实践经验的总结，希望本教材的出版可以为提升我国体育赞助的管理和运作水平做出一定的贡献。

体育赞助是一门典型的交叉学科，其理论基础来源于体育管理、市场营销及公共关系等多个学科。

关于体育赞助的学术研究，国外早于1981年在西班牙马洛卡举行的欧洲体育部长研讨会上，就已有入开始涉猎。

而国内对于体育赞助的研究则起步较晚，早期较为有影响的专著是由蔡俊五编著的《体育赞助——双赢之策》于2001年正式出版。

鉴于对体育赞助全面总结和分析的教材、专著比较缺乏，显然与飞速发展的体育赞助实践不相符合，这也在一定程度上促成了本教材的编写和出版。

本书在撰写时，力图突出以下特点。

第一，脉络清晰，将关于体育赞助的相关理论进行梳理与总结，力图使理论脉络清晰，通俗易懂。

第二，操作性强，尽量穿插较多的案例与数据，使从事体育赞助的实务工作者有最直接的借鉴与参照。

第三，结构严谨，在力图内容完整的同时，保证理念的前沿性。

本书在撰写的过程中将体育赞助的起源发展及对象进行一一详解，同时专门列出体育赞助营销创新章节，将最新的赞助营销理念介绍给读者。

第四，内容丰富，国内外理念相结合。

鉴于国内外在体育方面的合作与交往日益频繁，且与国外相比中国体育产业的发展相对滞后，本书引入大量国外案例使读者可以了解国外赞助运作现状。

.....

<<体育赞助>>

内容概要

本书以体育赞助为对象，将体育赞助的发展、类型及其实务运作进行了详细的梳理及深度剖析。本书共分为11章

，第1~3章为体育赞助综述，包括体育赞助概述、发展及目标；第4~8章为体育赞助类型，分别就体育赛事赞助、体育联盟赞助、职业体育俱乐部赞助、体育明星赞助、体育场馆赞助进行了逐一的分析；第9~11章

为体育赞助实务，包括体育赞助营销创新和体育赞助管理及评估。

本书对于体育赞助的发展、特征和管理进行了较为全面的描述和分析，并引入了大量的最新案例及数据，试图让读者在阅读本书时思路清晰、通俗易懂，并在学习中加深对体育赞助的理解以及实际运作体育赞助的能力。

本书的读者对象为体育产业管理、体育营销、体育经济、体育赛事运作等相关专业的本科生和研究生，体育营销和体育赞助领域的相关从业者及对体育赞助感兴趣的读者。

<<体育赞助>>

书籍目录

第一章 体育赞助概述

第一节 体育赞助的概念和特点

第二节 体育赞助的运行体系

本章小结

本章思考题

推荐阅读

第二章 体育赞助的发展

第一节 体育赞助发展的背景

第二节 体育赞助市场的发展

第三节 体育赞助理念的发展

第四节 伏击营销

本章小结

本章思考题

推荐阅读

第三章 体育赞助的目标

第一节 赞助商的定位和分析

第二节 确定体育赞助的目标

第三节 体育赞助项目的筛选

本章小结

本章思考题

推荐阅读

第四章 体育赛事赞助

第一节 体育赛事赞助的发展和现状

第二节 体育赛事赞助的特征和形式

第三节 体育赛事赞助的优势和劣势

第四节 体育赛事赞助的策略

本章小结

本章思考题

推荐阅读

第五章 体育联盟赞助

第一节 体育联盟赞助的发展和现状

第二节 体育联盟赞助的特征和形式

第三节 体育联盟赞助的优势和劣势

第四节 体育联盟赞助的策略

本章小结

本章思考题

推荐阅读

第六章 职业体育俱乐部赞助

第一节 职业体育俱乐部赞助的发展和现状

第二节 职业体育俱乐部赞助的特征和形式

第三节 职业体育俱乐部赞助的优势和劣势

第四节 职业体育俱乐部赞助的策略

本章小结

本章思考题

推荐阅读

<<体育赞助>>

第七章 体育明星赞助

第一节 体育明星赞助的发展与现状

第二节 体育明星赞助的特征和形式

第三节 体育明星赞助的优势和劣势

第四节 体育明星赞助的策略

本章小结

本章思考题

推荐阅读

第八章 体育场馆赞助

第一节 体育场馆赞助的发展与现状

第二节 体育场馆赞助的特征和形式

第三节 体育场馆赞助的优势和劣势

第四节 体育场馆赞助的策略

本章小结

本章思考题

推荐阅读

第九章 体育赞助营销创新

第一节 激活营销

第二节 联合营销

第三节 公益营销

第四节 草根营销

本章小结

本章思考题

推荐阅读

第十章 体育赞助的管理

第一节 体育赞助的提案

第二节 体育赞助的回报

第三节 体育赞助的定价

第四节 体育赞助的谈判

本章小结

本章思考题

推荐阅读

第十一章 体育赞助的评估

第一节 体育赞助评估的难点

第二节 体育赞助评估的发展

第三节 体育赞助评估的方法

本章小结

本章思考题

推荐阅读

<<体育赞助>>

章节摘录

<<体育赞助>>

编辑推荐

《克攀系列教材:体育赞助》的读者对象为体育产业管理、体育营销、体育经济、体育赛事运作等相关专业的本科生和研究生，体育营销和体育赞助领域的相关从业者及对体育赞助感兴趣的读者。

<<体育赞助>>

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>