

<<体育经纪实务>>

图书基本信息

书名：<<体育经纪实务>>

13位ISBN编号：9787562818410

10位ISBN编号：756281841X

出版时间：2006-3

出版时间：华东理工大学出版社

作者：张玉峰/王跃主编

页数：239

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>

<<体育经纪实务>>

内容概要

在我国市场经济逐步发展与完善中，体育经济正显示着其不可忽视的经济价值，体育经济人正是连接体育和经济之间的重要桥梁，但体育经济人的运作在我国尚属起步阶段。

本书为“体育经济与体育产业系列教材”之一，分上下两篇。

上篇对体育经济人和体育经纪活动进行了系统的理论介绍；下篇是具有代表性的体育经济案例的列举和分析，也是本书的特色与重点。

本教材适合体育经济和体育产业方向的研究生及本科高年级学生选用。
对希望从事体育经济和产业活动及研究的人士具有较强的参考和指导作用。

书籍目录

上篇第一章 体育经纪概述 第一节 体育经纪人的概念与类别 一、体育经纪人的概念 二、体育经纪人的类别 第二节 体育经纪人的产生与发展 一、体育经纪人的产生与发展 二、我国体育经纪人的发展 三、体育经纪人的发展趋势 四、体育经纪人发展对于我国的意义 第三节 体育经纪人应具备的条件 一、体育经纪人的素质结构 二、体育经纪人的知识结构 三、体育经纪人的能力结构第二章 体育经纪人管理 第一节 体育经纪人的管理体制 一、国际体育经纪人管理 二、我国体育经纪人管理 第二节 体育经纪人的管理制度 一、体育经纪人的自我管理制度 二、体育经纪人的组织管理制度 三、体育经纪人管理过程中的相关经济制度 四、体育经纪人的合同管理制度 第三节 体育经纪人的权利和义务 一、体育经纪人的权利 二、体育经纪人的义务 三、委托人的权利和义务第三章 体育经纪活动 第一节 体育经纪活动的内容 一、体育经纪活动的基本要素 二、体育经纪活动的类型 第二节 体育经纪合同 一、经纪合同概述 二、经纪合同的种类与形式 三、经纪合同的订立条件 四、无效合同及合同履行 五、体育经纪合同 第三节 体育经纪合同的形式第四章 运动员经纪 第一节 运动员经纪概述 一、运动员经纪的概念 二、运动员经纪的主要内容 三、运动员经纪的要求 四、我国运动员经纪的现状 第二节 运动员转会经纪 一、运动员转会经纪的概念 二、运动员转会经纪产生的条件 三、运动员转会经纪的主要内容 第三节 运动员参赛经纪 一、运动员参赛经纪的概念 二、运动员参赛经纪的主要内容 三、运动员参赛经纪的注意事项 第四节 运动员无形资产的开发 一、运动员无形资产开发的内容和载体 二、运动员无形资产开发的特点 三、体育明星广告市场的中介机构 四、体育明星广告市场的运作规则第五章 体育组织经纪 第一节 体育组织经纪概述 一、体育组织 二、体育组织经纪 第二节 体育组织经纪技巧 一、构建体育平台 二、企业沟通策略第六章 体育赛事经纪 第一节 体育赛事概述 一、体育赛事的概念和组成因素 二、体育赛事的分类 三、体育赛事市场化 第二节 体育赛事经纪 一、体育赛事经纪概述 二、赛事经纪的基本程序 第三节 媒体宣传计划的制定 一、制定媒体宣传计划的意义 二、制定媒体宣传计划的主要过程第七章 体育赞助与广告经纪 第一节 体育赞助概述 一、体育赞助的定义 二、体育赞助的本质特征 三、体育赞助的发展历程 四、体育赞助的对象 五、体育赞助的作用 六、体育赞助经纪人的任务 七、衡量体育赞助效益的标准 八、提高赞助效益的措施 九、目前我国体育赞助所存在的问题 十、体育赞助的政策与法规 第二节 体育广告概述 一、体育广告定义 二、我国体育广告的发展历史回顾 三、目前我国体育广告存在的问题 四、体育广告经纪活动的相关法规第八章 体育保险经纪 第一节 体育保险业概述 一、体育保险概述 二、国际体育保险业 三、我国体育保险产业的发展基础 四、我国体育保险需解决的问题 第二节 体育保险经纪 一、体育保险经纪的前景 二、体育保险经纪业务范围第九章 体育旅游及其他体育经纪 第一节 体育旅游的概述 一、体育旅游概念 二、体育旅游的内容和分类 三、体育旅游市场的构成 四、体育旅游经纪人的业务范围 第二节 体育旅游经纪活动中的赛事旅游开发 一、赛事旅游的特点 二、开发体育赛事旅游的意义 三、赛事旅游的开发策略 第三节 其他体育经纪 一、体育户外拓展培训简介 二、体育拓展培训经纪 三、体育咨询下篇美国体育经纪人之父 一、一签合同就破纪录 二、“罗宾汉”拯救两大联盟 三、从云端跌落地面 四、在中国二次起跳NBA头号经纪人：戴维德福尔克魔鬼经纪人——唐金优秀的运动员需要优秀的经纪人运作 一、运动项目商业化程度至关重要 二、个人魅力是成为商业明星的必要条件 三、注重代言品牌质量 四、运动员需要经纪人的危机处理能力 赢周刊专访章 明基节选 一、经纪人帮助运动员规避问题 二、科学的方式构建高效的团队 三、代理品牌的原则 四、中国体育产业“原料市场”的建立 当体育明星开发遭遇“举国体制” 一、大包大揽的管理体制 二、并非新鲜的新课题 三、发人深思的前景上海东亚体育经纪有限公司简介IMG(国际管理集团)简介 一、概况 二、经营 三、运作：永远存在新的机会，没有现成的体育发展手册 四、国际管理集团在中国的发展策略ISL(体育与休闲公司)简介 一、ISL运作体育赛事的经验之谈 二、公司对赛事的运作步骤 三、ISL公司的赞助理念 四、ISL公司对亚洲，尤其是中国体育赛事营销的展望法国贝尔纳大学培养体育经纪人的经验 一、培养体育经纪人的教学安排 二、培养体育经纪人的教学内容法国高仕华保险经纪公司的经营之道附录中华人民共和国经纪人管理办法关于加强北京市体育经纪人管理的通知上海市体育经纪人管理试行办法中国足球协会足球经纪人管理办法国际足联球员经纪人规则国际足联运动员身份及转会规则国际足联

<<体育经纪实务>>

比赛经纪人规则中国足球协会运动员身份及转会规定 国外体育经纪合同范本国家联合会与运动员代理人合同样本(国际田联)参考文献

<<体育经纪实务>>

编辑推荐

作为体育经济方面的专业书籍和体育经济方向高层次人才培养的教材，本书分为上下两篇，上篇对体育经纪人和体育经纪活动进行了系统的理论介绍；下篇是具有代表性的体育经纪案例的列举和分析，也是本教材的特色和重点。

本书适合体育经济和体育产业方向的研究生及本科高年级学生选用，对希望从事体育经纪活动和研究的人士也具有较强的指导意义。

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>