第一图书网, tushu007.com

<<体育赛事营销传播>>

图书基本信息

书名：<<体育赛事营销传播>>

13位ISBN编号：9787564407513

10位ISBN编号：7564407514

出版时间：2011-9

出版时间：北京体育大学出版社

作者：王晓东

页数：262

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《体育赛事营销传播》主要内容简介：当今世界，体育产业蓬勃发展。
如果把体育产业比喻为一列高速前进的火车，体育赛事无疑就是火车头上动力强劲的引擎！
奥运会、足球世界杯和FP赛车等全球性顶级赛事自不必说，NBA、NFL、MLB、纳斯卡赛车、欧洲足球冠军联赛等赛事年收入都达到天文数字！
目前足球世界杯和夏季奥运会仅媒体转播权销售收入都超过了20亿美元，电视收视规模超过了400亿人次！
一场比赛吸引超过十亿的观众早已不再是难事！
可以说，体育赛事已经成为人类社会有史以来最大的传播现象！
体育赛事也成为人类历史上最大的营销活动！
作为一个体育迷，我一直醉心于体育赛事带来的壮丽景观，那些扣人心弦的赛事带给我巨大的快乐，多少个不眠之夜里我或是振臂高呼，或是捶胸顿足，又有多少次抑制不住的热泪湿润了我的眼眶……。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

王晓东，1970年7月出生，湖北蕲春人。
1993年毕业于湖北大学体育教育系，获教育学学士学位。
1996年，毕业于湖北大学研究生院，获教育学硕士学位。
2002年9月，获得天津体育学院、北京体育大学首届联合培养博士研究生资格，师从天津体育学院李宗浩教授和北京体育大学葛春林教授。
在两位名师的精心指导下，2005年顺利地完成挚业，获教育学博士学位。
现就职于广州体育学院新闻系新闻教研室，为副教授、硕士生导师。

主要研究方向为体育教育训练学和体育新闻传播学。
2003年以来，参与或主持省部级以上课题10项，其中本人主持省部级课题4项。
2005年，完成了北京体育大学博士学位论文《我国体育赛事门票经营开发策略研究》。
2003年以来，以第一作者身份在《体育科学》、《北京体育．大学学报》、《中国体育科技》等体育中文核心刊物上发表论文20篇，先后有6篇论文被中国人民大学书报复印资料全文转载。
2006年，主编并出版《篮球实用训练方法300例》教材，该书较受欢迎，多次再版。

第一图书网, tushu007.com

<<体育赛事营销传播>>

书籍目录

第一章　引论
 第一节　问题的提出
 第二节　体育赛事门票市场开发的研究现状
 第三节　研究目的与意义、研究假设与研究内容
第二章　研究方法
第三章　体育赛事基本理论框架构建
 第一节　体育赛事的界定-
 第二节　现代体育赛事多维度特征
 第三节　体育赛事的分类
 第四节　小结
第四章　体育赛事门票产品交易理论
 第一节　体育赛事门票市场的认识
 第二节　产品定价理论的基本概述
 第三节　体育赛事门票产品交易特征
 第四节　体育赛事门票市场开发的基本原则
 第五节　小结
　……
参考文献

章节摘录

版权页：插图：门票市场的开发不仅关系到体育赛事的票房收入，而且影响到电视转播、广告与赞助、商务开发等经营活动的成效。
因此，对体育赛事门票市场开发的研究引起了国内外体育营销学者的广泛关注。
由于我国体育竞赛表演市场启动较晚，我国体育消费观念总体上还比较陈旧，体育市场管理还不够规范，体育市场的投资主体双轨制运作，体育管理体制改革尚未完成等原因，致使我国目前体育赛事门票市场开发的总体水平还不高。
和我国庞大的人口基数以及经济高速发展的状况相比，体育赛事门票市场发展潜力很大。
以我国职业化开展最久，球市开发最好的男子职业足球联赛为例，尽管经过了十年甲A的积累，各俱乐部都十分重视研究观众上座率和门票收入情况，并采取一切可能的措施将观众吸引到比赛场来，但2004年首届足球超级联赛球市开发仍不尽如人意。
赛季后期更是事端频生，联赛的品牌和公信力受到了很大的损伤，球市开发近乎崩盘。
我国职业体育俱乐部常发生俱乐部改组、易帜以及解体现象，这与俱乐部球市不兴旺、缺乏造血功能、自身生存发展能力薄弱和在经济上发生困难等不无关系”。

编辑推荐

《体育赛事营销传播》为中国体育博士文丛,广州体育学院体育新闻传播博士论文系列丛书之一。

第一图书网, tushu007.com

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