

<<现代体育营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代体育营销学>>

13位ISBN编号：9787811001952

10位ISBN编号：7811001950

出版时间：2004-11

出版时间：北京体育大学出版社

作者：赵长杰编

页数：266

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>

<<现代体育营销学>>

内容概要

本书作为第一本以体育市场类型细分，以P理论为主线的体育营销学著作，突破了以往的体育营销教材的写作模式。

本书的特点是对现代营销学精髓的把握和理解比较透彻、精当，并且有机的与国情以及中国体育产业的现状紧密结合，涉及面比较宽，除了市场营销和体育市场营销的基本理论外，还几乎涵盖了体育产业的各个主要门类，并且都做了比较深入、细致的论述，深入浅出，言简意赅。

<<现代体育营销学>>

书籍目录

序言第一章 市场营销的基本原理 第一节 市场营销基础理论 第二节 现代市场营销的十大特征
第三节 现代市场营销战略的新态势第二章 体育市场营销的基本理论 第一节 体育市场概述
第二节 体育市场营销的特点第三章 体育用品市场的营销 第一节 体育用品市场的概念、特点与
分类 第二节 体育用品市场的发展概况及现状 第三节 我国体育用品市场细分——青少年体育用
品市场 第四节 体育用品市场的营销策略 第五节 体育用品市场营销案例第四章 体育健身娱乐
市场的营销 第一节 体育健身娱乐市场的概念、架构和特点 第二节 我国体育健身娱乐市场的
发展概况及现状 第三节 我国体育健身娱乐市场存在的主要问题 第四节 体育健身娱乐市场的营
销策略 第五节 体育健身娱乐市场营销案例第五章 体育彩票市场的营销 第一节 体育彩票市场
的概念、特点 第二节 体育彩票市场发展历史及现状 第三节 中国体育彩票发行管理制度 第四节
发展我国体育彩票市场的对策分析 第五节 体育彩票市场的营销策略 第六节 体育彩票市场营
销案例第六章 体育旅游市场的营销 第一节 旅游及其市场的发展概述 第二节 体育旅游市场
发展概况 第三节 体育旅游市场营销的基本对策第七章 体育保险市场的营销第八章 体育培
训市场的营销第九章 体育医疗市场的营销第十章 体育中介市场的营销第十一章 体育媒体市场
的营销第十二章 体育竞赛表演市场的营销第十三章 奥运会营销参考文献

<<现代体育营销学>>

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>