

《体育市场竞争策略与管理》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2007年11月01日

开本：32开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787501781874

内容简介

本书将从体育市场竞争的独特视角对体育市场竞争中的策略制定与实施、竞争环境、资源竞争、价格竞争、品牌竞争、技术竞争、竞争管理等问题详细阐述，力求揭示体育市场竞争中的核心问题，为我国体育市场的健康可持续发展提供理论帮助。

作者简介

李龙，1980年出生，陕西勉县人，讲师，硕士，中国体育科学协会会员。2003年毕业于北京体育大学教育学院，大学毕业后就职于长沙理工大学体育部并担任学校高水平运动队田径教练，2003 - 2007年担任教练员期间先后培养出多名优秀运动员在国家、省级大学生田径比赛中获奖。工作期间

目录

第一章 导论

第一节 问题的提出

第二节 体育市场相关概念

第三节 体育市场构成要素

第四节 体育市场竞争分类

第五节 体育市场竞争意义

本章小结

第二章 体育市场竞争策略

第一节 制定体育市场竞争策略的意义

第二节 体育市场主要竞争策略

第三节 体育市场竞争策略的制定

第四节 体育市场竞争策略的实施

本章小结

第三章 体育市场竞争环境分析

第一节 体育市场竞争环境调研

第二节 体育市场经营环境分析

第三节 体育市场竞争法制环境分析

第四节 体育用品市场竞争环境分析

本章小结

第四章 体育市场资源竞争

第一节 体育市场资源竞争的意义

第二节 体育市场资源竞争的现状

第三节 体育市场竞争资源的分类

第四节 体育市场竞争资源的优化

本章小结

第五章 体育市场价格竞争

第一节 体育市场价格竞争的意义

第二节 体育市场价格竞争的原则

第三节 体育市场价格竞争的方式

第四节 体育市场价格竞争的注意事项

本章小结

第六章 体育市场品牌竞争

第一节 体育市场品牌竞争的意义

第二节 体育市场品牌竞争现状

第三节 体育市场品牌竞争方式及策略

第四节 体育市场品牌竞争的注意事项

本章小结

第七章 体育市场技术竞争

第一节 体育市场技术竞争的意义

第二节 体育市场技术竞争的原则

第三节 体育市场技术竞争的方式

第四节 体育市场技术竞争的注意事项

本章小结

第八章 体育市场竞争管理

第一节 体育市场竞争的组织

第二节 体育市场竞争的调控

第三节 体育市场竞争的评价

第四节 体育市场竞争管理的注意事项

本章小结

参考文献

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)