

《体育市场--策略与管理》

书籍信息

版次：1

页数：146

字数：

印刷时间：

开本：

纸张：

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787500922377

内容简介

本书展示体育产业的两项发明，阐述体育市场三大特征，剖析运动行销的四类技术，描绘体育赞助的六组策略，分析体育市场的决策误区等内容。

作者简介

耿力中 美国杨百翰大学体育市场学博士。中国体育市场001号*资格经纪经理人。1982年起在国家体委机关任职。1997年到耐克公司体育市场部任经理。1998年创造了中体运动传播网（CSBN）和电视转播权的商业运作理念。协助中体产业公司创建了中体运动影视公司和中体经纪管理

目录

第一章 体育市场的概念与起源 第二章 体育市场的机会与风险 第三章
体育市场的基本内容 第四章 体育消费与体育消费者 第五章 体育赞助与商务合作 第六章
体育市场发展策略和重点决策领域 主要参考文献 后记

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)