

<<体育市场营销>>

图书基本信息

书名：<<体育市场营销>>

13位ISBN编号：9787500925378

10位ISBN编号：7500925379

出版时间：2004-2-1

出版时间：人民体育出版社

作者：耿力中

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>

<<体育市场营销>>

内容概要

本书主要介绍了体育市场的概念与起源，体育市场的机会与风险，体育市场的基本内容，体育消费与体育消费者，体育赞助与商务合作，体育市场的决策与研究方法，体育市场发展策略与重点决策领域。

现代体育市场的理念上更多的体现着消费者在健康、娱乐和社会交往上的需求；在实践中更强调两个独立实体间的价值交换；在市场营运中更注重交换渠道的建立和交换手段与方法；在法律程序上更倚重独立接收或拒绝的权利；在工作关系上更突出交换双方价值交换的愿望。侵略式市场方法的死亡和应允许、关系式、承诺式市场方法的兴起，使体育市场重新回到了亲和诚信的伦理轨道之上。

体育市场中最引人注目的发展特色是“最佳运动健康状态”对人们的呼唤。当挑战自我，改变生活成为人们在其生命周期中永不停歇的动力之源时，体育市场在其运动产品和生活信念给上即自然而然地成为人们实现心中理想的最佳载体。

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>