

<<体育营销>>

图书基本信息

书名：<<体育营销>>

13位ISBN编号：9787301110201

10位ISBN编号：7301110200

出版时间：2006-10

出版时间：北京大学

作者：朱小明

页数：285

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>

## <<体育营销>>

### 内容概要

南非前总统曼德拉曾说过：“体育，拥有改变世界的力量”。

体育不但是世界各国人民喜爱的活动，也逐渐成为企业的新宠许多企业都与体育营销结下不解之缘，并取得不俗的成绩，其中既有像可口可乐、三星这样的体育营销先行者，又有联想、红塔、安踏之类的后起之秀。

体育营销能给品牌注入时尚、健康、动感的元素，吸引更多高端、年轻、忠诚的受众。

随着2008年奥运会的临近，越来越多的企业开始关注体育营销，并希望借助体育营销扩展自己的品牌

。本书汇集了30多家企业的经典案例，探讨了体育营销的操作方法，总结了它们成功的实践经验，有助于企业发现体育营销的有效途径，找到一条可持续发展的战略营销之路。

本书对提升中国企业的体育营销水平，探讨有中国特色的体育营销模式，促进中国体育营销的进一步发展，都具有重要的意义。

## <<体育营销>>

### 作者简介

朱小明，著名体育营销专家，CCTV未来广告公司体育频道经营顾问，美国“奥运经济论坛”中方执行主席，体育营销国际年会出品人，太度体育营销有限公司、中国体育营销网总裁，蒙牛集团体育营销顾问。

作为企业家出身的体育营销专业人士，朱小明先生在品牌传播、市场营销、体育文化产业、传媒运营、公关策划、广告管理等方面都有深厚的功底，是中国最早从事体育营销的人士之一，至今已有14年的企业体育营销和奥运营销经验，他提出的运动价值理论、投资学理论、风险评估理论及明星管理理论等已成为中国体育营销史上公认的权威观点。

## &lt;&lt;体育营销&gt;&gt;

## 书籍目录

序一序二序三（案例·饮料） 体育营销中赞助权利使用的管理——可口可乐（中国）公司的雅典奥运会赞助营销案例分析 农夫山泉体育营销：冠军的味道有点甜 城市光明欢乐光明——简析光明乳业冠名《城市之间》的营销智慧（案例·IT） 联想：国际化进程中的奥运整合营销 携手奥运步入网通宽带世界——中国网通奥运营销案例 三星：毫无疑问的体育营销典范（案例·汽车） 北京现代：体育营销舞动品牌和市场 一汽大众的谨慎之道 千里马体育营销案例写真 五菱汽车：品质驱动生活，体育营销铸造辉煌（案例·体育服饰） 李宁公司：体育营销中国制造 差异化竞争时代的品牌谋略——康威多品牌策略透视 安踏体育营销：与世界品牌深入较量 三六一度：坚持体育营销助推品牌升级 非一般的感觉——特步：谋定后动抢占十运会先机 太子龙：拥有品牌拥有世界 适合自己的整合营销传播策略才是最好的——侧观九牧王整合营销传播之体育营销 七匹狼的皇马“情结” 利郎异军突起打造中国男装第一品牌 借力体育营销：威鹿男装领跑新文化竞争时代（案例·啤酒） 康胜啤酒：银子弹的速度 激情成就梦想——吉岛啤酒体育营销的星河轨迹 本土啤酒品牌战略迷局“雪花”走出迷雾脱颖而出（案例·烟草） 借势皇马激情演绎红塔精彩——“2003红塔皇马中国行”策划案例 以中国文化包装品牌以体育营销推广品牌——“黄山”品牌运作案例纪实 红七匹狼：共舞英超显豪情（案例·白酒） “奥运福·金六福”营销全案纪实 潮起浏阳河——解读浏阳河酒营销战略（案例·保健品/健身器材） 体育营销纽崔莱倾力之作 舒华：借力CCTV-5，打造健身器材顶级品牌后记

<<体育营销>>

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>