

<<竞攀系列>>

图书基本信息

书名：<<竞攀系列>>

13位ISBN编号：9787309094091

10位ISBN编号：7309094093

出版时间：2013-3

出版时间：复旦大学出版社

作者：刘清早

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>

## &lt;&lt;竞攀系列&gt;&gt;

## 内容概要

本书是我国第一本关于体育赛事市场开发的专业教材，在充分整合国内高等体育院校相关专业优秀师资力量基础上，注重理论与实践紧密结合，首次全面系统地实现了对我国当前体育赛事市场开发实践经验和最新理论研究成果的梳理与总结，着力突出体育赛事市场开发的本土化、实用性与创新性，务求使学生能够学以致用，全面提升其体育赛事市场开发的实践能力。

本书共分为三大部分。

首先，对体育赛事市场开发进行全面概述，阐述了体育赛事市场开发主体、利益相关者以及策划的一般规律。

其次，重点从体育赛事的赞助、门票、媒体、特许产品、彩票、主题活动共6个方面系统阐述了体育赛事各领域所蕴藏的资源、市场开发的作用和意义、原则和策略，以期能够全面认识体育赛事可供开发的各类资源，全面提升体育赛事市场开发效益。

再次，从市场开发管理的视角阐述了体育赛事市场开发面临的风险及市场开发效益评估。

本书可作为高等院校体育经济管理类专业教材，也可作为体育赛事市场开发培训教材。

同时还可供相关专业研究生、体育赛事运作管理者、体育赛事市场开发实践者参考。

## 书籍目录

第一章 体育赛事市场开发导论 第一节 体育赛事市场开发概述 第二节 体育赛事市场开发主体及利益相关者 案例分析 第三节 体育赛事市场开发策划 本章小结 案例分析 案例分析第二章 体育赛事赞助市场开发 第一节 体育赛事赞助市场开发概述 第二节 体育赛事赞助市场开发的原则与策略 本章小结 案例分析第三章 体育赛事门票市场开发 第一节 体育赛事门票市场特征 第二节 体育赛事门票市场开发的原则与策略 本章小结 本章案例第四章 体育赛事媒体市场开发 第一节 体育赛事媒体市场特征 第二节 体育赛事媒体市场开发的原则与策略 本章小结 案例分析第五章 体育赛事特许产品市场开发 第一节 体育赛事特许产品市场开发概述 第二节 体育赛事特许产品市场开发的原则与策略 本章小结 案例分析第六章 体育赛事彩票市场开发 第一节 体育赛事彩票市场特征 第二节 体育赛事彩票市场开发的原则与策略 本章小结 案例分析第七章 体育赛事主题活动市场开发 第一节 体育赛事主题活动概述 第二节 体育赛事主题活动市场开发的资源和对象 第三节 体育赛事主题活动市场开发的策略 本章小结 案例分析第八章 体育赛事市场开发管理 第一节 体育赛事市场开发风险管理 第二节 体育赛事市场开发效益评估 本章小结 案例分析参考文献

### 编辑推荐

刘清早主编这本《体育赛事市场开发》，意在进一步认识体育赛事可供开发的各类资源，反映体育赛事市场开发的最新成果，为培养专业人才服务，也为各类赛事运作者服务。

全书共分八章，内容包括：体育赛事市场开发导论，体育赛事赞助市场开发，体育赛事门票市场开发，体育赛事媒体市场开发，体育赛事特许产品市场开发，体育赛事彩票市场开发，体育赛事主题活动市场开发，体育赛事市场开发管理。

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>