第一图书网, tushu007.com

<<体育赛事申办决策>>

图书基本信息

书名：<<体育赛事申办决策>>

13位ISBN编号：9787309094947

10位ISBN编号：7309094948

出版时间：2013-3

出版时间：复旦大学出版社

作者：张林 编

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《体育赛事申办决策》共分三大部分14章，主要围绕体育赛事申办的必要性和可行性，建立较为科学的体育赛事申办决策理论体系，针对举办地上海和足球、篮球、排球、乒乓球、羽毛球、网球、游泳、田径八大类赛事，建立相关数据库和知识库。
基于多智能体技术，研发体育赛事申办决策专家系统。
该项研究成果的应用与推广将有助于人们对体育赛事项目的认识从感性的、局部的、片面的阶段进入理性的、全面的、综合的阶段，实质性地推动体育赛事申办决策的科学化进程。

<<体育赛事申办决策>>

书籍目录

第一部分研究总论 第一章总报告 第一节项目概况 第二节项目主要内容 第三节项目自评及后续工作 第二部分理论研究 第二章大型国际体育赛事申办决策指标体系构建 第一节概述 第二节大型国际体育赛事申办决策的概念与特点 第三节大型国际体育赛事申办决策指标体系的构建 第四节结语 第三章 上海市大型国际体育赛事申办的宏观环境评判 第一节概述 第二节研究方法 第三节研究结果 第四节结语 第四章 上海市大型国际体育赛事申办的资源条件评判 第一节概述 第二节研究方法 第三节研究结果 第四节结语 第五章上海市大型国际体育赛事申办的市场环境评判 第一节概述 第二节赛事市场环境决定因素研究 第三节体育赛事市场环境决定因素的测量 第四节实证研究 第五节结语 第六章上海市大型国际体育赛事申办的经济影响评判 第一节体育赛事经济影响 第二节体育赛事经济影响的指标体系研究 第三节体育赛事经济影响的二级指标的评判点 第四节体育赛事经济影响各个评判点的评价方法 第五节结语 第七章上海市大型国际体育赛事申办的社会影响评判 第一节概述 第二节研究方法 第三节体育赛事申办决策社会影响评价中三级指标的评判点 第四节体育赛事申办决策社会影响评价中各个评判点的评价方法 第五节关于体育赛事申办决策社会影响的综合评价 第六节结语 第八章 上海市大型国际体育赛事申办的环境影响评判 第一节体育赛事环境影响机理 第二节体育赛事环境影响评估体系构建 第九章 上海市大型国际体育赛事申办决策风险研究 第一节体育赛事风险概述 第二节体育赛事申办决策风险 第三节上海国际体育赛事申办决策风险评估 第四节 申办决策风险损失的评估 第五节赛事申办决策风险决策 第六节结语 第十章 上海市大型国际体育赛事申办决策专家系统研发 第一节体育赛事申办决策专家系统的研究现状 第二节上海大型国际体育赛事申办决策专家系统研发理论框架 第三节体育赛事申办决策专家系统的分析与设计 第四节体育赛事申办决策专家系统原型系统的实现 第五节结语 第三部分系统研发 第十一章上海市大型国际体育赛事申办决策专家系统用户手册 第一节概述 第二节MADEBS安装与运行 第三节MADEBS系统总体方案 第四节MADEBS使用说明 第五节MADEBS常见问题解释 第十二章 上海网球大师杯赛申办决策专家系统研发 第一节概述 第二节专家系统及其组成 第三节上海网球大师杯赛申办决策专家系统的开发方案 第四节上海网球大师杯赛申办决策专家系统的安装 第五节体育赛事申办决策专家系统功能介绍 第十三章体育场馆及周边宾馆接待能力可视化系统的设计与实现 第一节概述 第二节研究方法 第三节研究结果 第四节结语 第十四章 上海市大型国际体育赛事申办决策专家系统应用的实证研究 第一节概述 第二节实证研究的对象 第三节实证研究的方法 第四节实证研究的方案 第五节实证研究的过程 第六节实证研究的结果 第七节实证验证的结论

章节摘录

版权页： 插图： 二、赛事与城市居民需求的契合度 （一）契合度的相关研究 有关“吻合度”、“契合度”、“关联度”、“相似性”、“相关性”、“一致性”等，在赛事赞助、公益事业营销、事件营销、品牌联合、品牌延伸和名人广告等相关研究中，已成为一个重要的结果影响变量。
但在有关赛事与居民需求领域，相关研究则甚少。
在所搜集到的有关城市与赛事二者关系的研究中，Xing等（2006）的研究成果集中研究了赛事形象与城市形象的一致性（image congruence）等问题。
他们在对城市形象和赛事形象等研究进行了大量的文献综述后发现对城市形象的评价主要集中于评价（evaluation）、活力（activity）维度，而潜力（potency）维度也有相应的研究，对赛事形象的评价主要集中于Gwinner（1997）的评价（evaluation）维度，而活力（activity）、潜力（potency）则相对较少。
因此Xing等从评价（evaluation）、活力（activity）、潜力（potency）3个维度，通过选取的13个语义量表的形式考察了赛事形象与城市形象的一致性问题，最终通过探索性因素分析表明赛事形象与城市形象的一致性问题主要表现在评价（eValuation）和活力（activity）两个方面。
但Xing等（2006）等人的研究成果主要基于赛事举办后，赛事形象与城市形象一致性对城市形象的影响，而非出于赛事举办前，且形象的一致性涵盖面比较窄，难以全面覆盖赛事与居民需求的吻合度，在实际测量过程中测量比较复杂。
本章为彻底考察赛事与居民需求契合度主要从“文化”的角度来研究在申办某单项赛事前，赛事与城市居民之间的“契合度”。
（二）体育赛事与城市居民的契合度 纵观古今中外对文化概念及内涵的研究表明文化是一种社会现象，是人们长期创造形成的产物。
同时又是一种历史现象，是社会历史的积淀物。
确切地说，文化是一个群体（可以是国家、城市也可以是民族、企业、家庭或某运动项目参与人群），在一定时期内形成的历史、地理、风土人情、传统习俗、生活方式、文学艺术、行为规范、思维方式、价值观念等。
它包括物质文化和精神文化（Malinowski，1922）两个层面，共分为物质、社会关系、精神、艺术、语言符号、风俗习惯六大子系统。

<<体育赛事申办决策>>

编辑推荐

《体育赛事申办决策》不仅适用于为政府等相关部门在申办赛事时提供决策咨询服务，也能为企业界在赛事申办过程中提供相应的参考。
同时《体育赛事申办决策》对体育赛事研究领域的专家、学者也能起到开阔思路、拓宽学术视野的作用。

第一图书网, tushu007.com

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