

<<体育市场竞争策略与管理>>

图书基本信息

书名：<<体育市场竞争策略与管理>>

13位ISBN编号：9787501781874

10位ISBN编号：7501781877

出版时间：2007-11

出版时间：中国经济出版社

作者：李龙

页数：341

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>

<<体育市场竞争策略与管理>>

内容概要

《体育市场竞争策略与管理》将从体育市场竞争的独特视角对体育市场竞争中的策略制定与实施、竞争环境、资源竞争、价格竞争、品牌竞争、技术竞争、竞争管理等问题详细阐述，力求揭示体育市场竞争中的核心问题，为我国体育市场的健康可持续发展提供理论帮助。

<<体育市场竞争策略与管理>>

作者简介

李龙，1980年出生，陕西勉县人，讲师，硕士，中国体育科学学会会员。2003年毕业于北京体育大学教育学院，大学毕业后就职于长沙理工大学体育部并担任学校高水平运动队田径教练，2003 - 2007年担任教练员期间先后培养出多名优秀运动员在国家、省级大学生田径比赛中获奖。工作期间主持和参与省级、厅级课题15项，参编6部高校体育教材，多次参加国际、国内体育学术会议并做大会发言和交流，先后在省部级刊物发表科研论文40余篇，在中文体育类核心期刊发表论文10余篇。

<<体育市场竞争策略与管理>>

书籍目录

第一章 导论第一节 问题的提出第二节 体育市场相关概念第三节 体育市场构成要素第四节 体育市场竞争分类第五节 体育市场竞争意义本章小结第二章 体育市场竞争策略第一节 制定体育市场竞争策略的意义第二节 体育市场主要竞争策略第三节 体育市场竞争策略的制定第四节 体育市场竞争策略的实施本章小结第三章 体育市场竞争环境分析第一节 体育市场竞争环境调研第二节 体育市场经营环境分析第三节 体育市场竞争法制环境分析第四节 体育用品市场竞争环境分析本章小结第四章 体育市场资源竞争第一节 体育市场资源竞争的意义第二节 体育市场资源竞争的现状第三节 体育市场竞争资源的分类第四节 体育市场竞争资源的优化本章小结第五章 体育市场价格竞争第一节 体育市场价格竞争的意义第二节 体育市场价格竞争的原则第三节 体育市场价格竞争的方式第四节 体育市场价格竞争的注意事项本章小结第六章 体育市场品牌竞争第一节 体育市场品牌竞争的意义第二节 体育市场品牌竞争现状第三节 体育市场品牌竞争方式及策略第四节 体育市场品牌竞争的注意事项本章小结第七章 体育市场技术竞争第一节 体育市场技术竞争的意义第二节 体育市场技术竞争的原则第三节 体育市场技术竞争的方式第四节 体育市场技术竞争的注意事项本章小结第八章 体育市场竞争管理第一节 体育市场竞争的组织第二节 体育市场竞争的调控第三节 体育市场竞争的评价第四节 体育市场竞争管理的注意事项本章小结参考文献

<<体育市场竞争策略与管理>>

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>