

<<体育营销风险管理研究>>

图书基本信息

书名：<<体育营销风险管理研究>>

13位ISBN编号：9787561233337

10位ISBN编号：7561233337

出版时间：2012-3

出版时间：杭兰平 西北工业大学出版社 (2012-03出版)

作者：杭兰平

页数：286

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>

<<体育营销风险管理研究>>

内容概要

《体育营销风险管理研究》基于企业视角的层面，研究了体育营销风险管理的相关理论。把美国 COSO 委员会提出的企业风险管理整合框架（COSO—ERM）的理念和方法，以及企业内部环境、目标设定、风险识别和评估、应对和控制、信息与沟通等要素引入到体育营销风险管理的研究中。

构建了企业体育营销风险管理的理论与框架体系、控制流程及其应对的原则等。

杭兰平博士的专著《体育营销风险管理研究》内容涉及了管理学、体育学、新闻学等多领域的基本理论与方法，是一项综合性、多学科交叉的研究。

将AHP和ANN等定性和定量的方法有效地结合，制定了体育营销的风险识别量表和建模验证。

尝试回答企业在体育营销中对蕴含的风险如何识别、评估和应对，以及如何应对隐性营销风险等困扰企业的难题。

书中的案例研究和延伸阅读等内容是理论研究的补充。

本书对指导企业体育营销风险管理具有重要的现实意义。

本书适合高等院校体育管理、体育经济、体育MBA等从事体育学科方向学习和研究的本科生、研究生以及在企业等部门参与体育营销的管理者阅读参考。

<<体育营销风险管理研究>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 企业体育营销风险管理研究背景 第二节 企业体育营销风险管理研究的目的和价值 第三节 企业体育营销风险管理研究的思路与方法 第四节 企业体育营销风险管理研究框架第二章 企业体育营销风险管理研究述评 第一节 关于体育营销研究 第二节 关于企业风险管理研究 第三节 关于企业体育营销风险管理研究 第四节 体育营销风险管理研究的启示 第三章 企业体育营销风险管理理论基础分析 第一节 体育营销风险管理参与主体内在关系的理论基础 第二节 体育营销风险控制责任制度安排的理论基础 第三节 COSO理念确定体育营销风险管理流程的理论基础第四章 企业体育营销的风险识别与分析 第一节 体育营销风险特征及种类划分依据 第二节 企业体育营销风险因素分析(识别) 第三节 体育事件层面风险因素分析(识别) 第四节 企业体育营销的风险识别流程与方法第五章 企业体育营销的风险评价体系 第一节 科学划分企业体育营销风险的评价类型 第二节 企业体育营销风险评估过程 第三节 体育营销风险管理评价体系设计 第四节 基于AHP—ANN方法的体育营销风险评估模型构建第六章 企业体育营销风险应对策略与监控 第一节 企业体育营销风险应对策略 第二节 企业体育营销风险应对措施一般原则 第三节 应对体育营销风险的重点环节 第四节 企业层面体育营销风险的追踪监控 第五节 企业体育营销风险监控体系的建造第七章 对隐性营销风险控制及应用的研究 第一节 企业体育隐性营销问题的引出 第二节 对体育隐性营销风险的控制 第三节 对体育隐性营销的合法应用的案例分析第八章 研究结论与展望 第一节 主要研究回顾 第二节 研究的主要结论及贡献 第三节 研究展望附录 附录一 《体育及相关产业分类(试行)》的通知 附录二 《中国体育产业发展纲要》 附录三 《中国体育产业“十二五”规划》 附录四 《体育赞助与相关法律及规定事项》 附录五 《奥林匹克标志保护条例》 附录六 关于企业体育营销风险评价指标调查问卷 附录七 实现AHP—ANN模型的MATIAB程序 附录八 BP神经网络的程序片段参考文献

<<体育营销风险管理研究>>

编辑推荐

杭兰平博士的专著《体育营销风险管理研究》从企业的视角，结合管理学、体育学、经济学、传播学等学科的理论，对企业在参与体育营销活动中的风险管理问题进行了较为全面的研究。特别是，他将美国COSO委员会发布的《企业风险管理—整合框架》的先进理念引入到企业体育营销风险管理的研究领域，实现了我国企业体育营销风险管理理论在体系与内容上的突破。

<<体育营销风险管理研究>>

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>