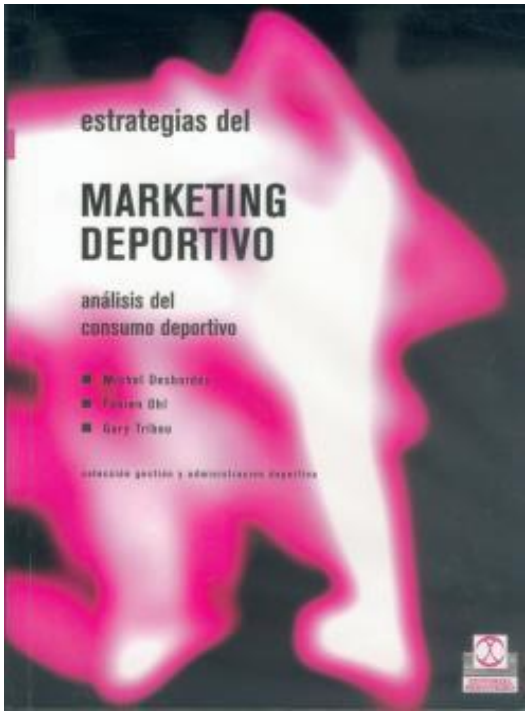

Varios; Desbordes, Michel

Estrategias del marketing deportivo. Análisis del consumo deportivo

El marketing deportivo responde a los problemas con que se enfrentan a diario los productores de bienes y los ofertante de servicios deportivos frente a una demanda en rápida evolución. El consumo deportivo presenta suficientes especificidades económicas para justificar que la oferta desarrolle un marketing adaptado a las culturas deportivas.

A partir de una identificación socioeconómica de nuevas formas de consumo deportivo que se desarrollaron en los años 90, la obra invita a un análisis del marketing a tener en cuenta por los responsables de las empresas. Permite comprender cómo los ofertantes de servicios públicos o privados han tenido que adaptar su oferta a estos cambios de comportamiento (del club de gimnasia del barrio a la sala de puesta a punto franquiciada, hasta la multinacional Méditerranée, pasando por el servicio municipal de deportes antes de hacer frente a la deserción de sus equipamientos deportivos); en qué medida, también, los fabricantes de bienes

Argitaletxea	Paidotribo
Bilduma	Gestión y Administración Deportiva
Orrialdeak	554
Neurria	215x150x mm.
Pisua	830
Hizkuntza	Español
Gaia	<Pendiente de asignación>
EAN	9788480195409
PVP	39,50 €
PVP,BEZik gabe	37,98 €

9788480195409