Walzel / Schubert

# Sportsponsoring

Grundlagen, Konzeption und Wirkungen




Sportsponsoring ist die mit Abstand bedeutendste Erscheinungsform des Sponsorings. Es zählt zu den zentralen Instrumenten der Markenkommunikation von Unternehmen und zugleich zu den wichtigsten Einnahmequellen des Zuschauersports. Das Lehrbuch stellt Sportsponsoring als Kommunikations- und Finanzierungsinstrument in seiner ganzen Breite und Vielfalt vor. Thematisiert werden u.a. Akteure und Zielgruppen, die Erfolgs- und Wirkungskontrolle von Sportsponsoring-Maßnahmen, unerwünschte Effekte wie Ambush-Marketing sowie die soziale Verantwortung von Sponsoren und Gesponserten. Das Buch bietet eine gute Einführung für Studierende, enthält aber auch wertvolle Informationen für ehren- oder hauptamtlich Tätige im Sport und für Marketingmanager in Unternehmen. Lernziele, Verständnis- und Diskussionsfragen, Zusammenfassungen sowie weiterführende Links und Literaturempfehlungen zu jedem Kapitel erleichtern die Nutzung des Buches, sichern den Lernerfolg und regen zur vertiefenden Auseinandersetzung mit einzelnen Themen an.

Kombiniert zwei Perspektiven: Kommunikations- sowie FinanzierungsinstrumentTheorie wird anhand von Praxisbeispielen illustriertAuch für das Selbststudium geeignet

**49,99 €**
46,72 € (zzgl. MwSt.)

*Lieferfrist: bis zu 10 Tage*

**Artikelnummer:** 9783662552452
**Medium:** Buch
**ISBN:** 978-3-662-55245-2
**Verlag:** Springer
**Erscheinungstermin:** 23.03.2018
**Sprache(n):** Deutsch
**Auflage:** 1. Auflage 2018
**Produktform:** Kartoniert
**Gewicht:** 6156 g
**Seiten:** 351
**Format (B x H):** 168 x 240 mm



**Kundenservice Verlag Dr. Otto Schmidt KG**
Neumannstraße 10, 40235 Düsseldorf | kundenservice@otto-schmidt.de | 0221-93738-997 (Inland)