

Trefwoorden: Sportmarketingcommunicatie download gratis pdf, Sportmarketingcommunicatieboek pdf gratis, Sportmarketingcommunicatie lees online, Sportmarketingcommunicatie torrent, Sportmarketingcommunicatie epub gratis in het Nederlands, Sportmarketingcommunicatie mobi compleet

Sportmarketingcommunicatie PDF

Wim Lagae



Deze site bevat slechts een fragment uit het boek. U kunt de volledige versie van het boek downloaden via de onderstaande link.



Schrijver: Wim Lagae
ISBN-10: 9789054724063
Taal: Nederlands
Bestandsgrootte: 3935 KB

OMSCHRIJVING

De wereld van sport, marketing en communicatie verandert volop. Zo is de transformatie van zowel sportsponsoring als sponsorwerving nauwelijks bij te benen. En waar kunnen we crowdfunding of ambush marketing situeren in het marketinglandschap? Waarom moet een eigentijdse sportsponsor tegelijk inzetten op zowel conversatie-, belevenis- als terugverdiensponsoring? Niet alleen het (ver)kopen van sportsponsoring, maar ook (en vooral) de conversatie eromheen is een vakgebied op zich geworden. Een gedreven sponsormanagement dient dan ook niet alleen onderlegd te zijn in het kopen van sportsponsoring, maar evenzeer in de integratie ervan in conversatie- en belevenismarketing. Tot slot mag een onderzoek naar de terugverdien- en andere effecten, én naar de timing van stopzetting van sportsponsoring, niet ontbreken in zijn of haar takenpakket. Sportmarketingcommunicatie biedt een volledig inzicht in de toegenomen complexiteit en verschillende invalshoeken van het domein van het (ver)kopen en activeren van sportsponsoring. De theorie wordt daarbij voortdurend getoetst aan de Nederlandse en Belgische dagelijkse sportpraktijk, en wel in de vorm van een hoeveelheid unieke sportcases. Waarom "redbulliseert" topsport? Hoe moet een lokale volleybalclub zich optimaal verkopen tegenover bestaande en kandidaatsponsors? Waarom veranderde sponsor Rabobank zijn strategie na het bruuske afscheid als wielersponsor? Wat zijn de tien geboden van de nieuwe sponsorcultuur? Al deze kwesties en meer komen aan bod in de geactualiseerde herdruk van Sportmarketingcommunicatie. Prof. Wim Lagae volgt de woelige sportbusiness op de voet. Hij is als sportmarketeer verbonden aan de Faculteit Economie en Bedrijfswetenschappen van de KU Leuven Campus Antwerpen. Hij doceert "Marketing en communicatie in de sport" aan de Faculteit Bewegings- en Revalidatiewetenschappen van de KU Leuven en is gastdocent sportmarketing aan de Faculteit Geneeskunde en Gezondheidswetenschappen van de UGent.

WAT ZEGT GOOGLE OVER DIT BOEK?

Wim Lagae (1964) is licentiaat in de Toegepaste Economische Wetenschappen (UFSIA Antwerpen), Master of Arts in Economics (Doctum Colloquium Program, K.U. Leuven) en ...

Op deze pagina vind je samenvattingen voor het boek Sportmarketingcommunicatie, geschreven door Wim Lagae.

sportcommunicatie hoofdstuk sport, marketing en communicatie sport als industrie mogelijke indeling van de sportindustrie: kerngoederen actieve

SPORTMARKETINGCOMMUNICATIE

[Lees verder...](#)