

Krüger/Dreyer

SPORTMANAGEMENT

Eine themenbezogene Einführung

Inhaltsübersicht

	<u>Seite</u>
Buchidee	3
Grundlagen	
1. Einführung (Krüger)	5
2. Grundlagen des Sport-Marketing (Freyer)	23
3. Sportrechtevermarktung - Grundlagen und Rolle der Agenturen (Richter)	57
4. Sportmedien (Scharenberg/Krüger)	87
5. Mitarbeitermanagement im Sport (Wadsack)	113
6. Rechtsfragen im Sportmanagement (Zundel)	141
Sportveranstaltungen	
7. Kosten-Nutzen-Analysen sportlicher Großveranstaltungen (Preuß)	169
8. Regionale Wertschöpfung von Sport(groß)veranstaltungen (Schwark)	193
9. Erlebniswelt Arena (Pfaff)	211
10. Sponsoring und Eventmarketing (Ostermann)	247
11. Management der Dienstleistungsqualität im Sportsponsoring (Woratschek/Horbel)	273
Sportmärkte	
12. Management in Profiligen – Situation und Perspektiven in Deutschland (Wadsack)	289
13. Merchandising (Görlich/Krüger)	301
14. Sport und Tourismus (Dreyer)	327
15. Der organisierte Sport und seine Rolle als Gesundheitsanbieter (Czech/Steinmetz)	377
16. Kommerzielle Sportanbieter (Krüger)	399
17. Trendsportarten (Stumm)	427
Lehrfragen	445
Literaturverzeichnis	453
Autorenverzeichnis	477
Stichwortverzeichnis	479