

Librería  
**Bonilla y Asociados**  
desde 1950



**Título:** Estrategias del Marketing Deportivo. Analisis del Consumo Deportivo

**Autor:** Desbordes, Michel; Ohl, Fabien; Tribou, Gary

**Precio:** \$770.00

**Editorial:**

**Año:** 2001

**Tema:**

**Edición:** 1ª

**Sinopsis**

**ISBN:** 9788480195409

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,

*Librería*  
***Bonilla y Asociados***  
*desde 1950*



los fabricantes de bienes deportivos como Adidas o Look han desarrollado estrategias de innovación para

acometer estas nuevas tendencias.