

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.