

МАРКЕТИНГ СПОРТА

75.4
M26



альпина
ПАБЛИШЕР
БИЗНЕС

под редакцией
Джона Бича и Саймона Чедвика

Под редакцией Джона Бича и Саймона Чедвика

МАРКЕТИНГ СПОРТА

Перевод с английского

4-е издание



альпина
ПАБЛИШЕР

Москва
2017

УДК 658:796
ББК 65.497.5-32
М27

Переводчики В. Башкирова, М. Черноглазова
Редактор Ю. Быстрова

Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика ; Пер.
с англ. — 4-е изд. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 706 с.

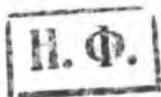
ISBN 978-5-9614-6325-5

Спорт — это сложный, многообразный и увлекательный феномен, в него вовлечены миллионы людей и организаций — спортсмены, предприниматели, журналисты, рекламисты, государственные организации, некоммерческие компании, спортивные клубы... и наконец зрители и болельщики. Вот почему задачи спортивного маркетинга невероятно сложны, и их решение требует комплексного подхода, высочайшего профессионализма и солидной теоретической подготовки.

В книге представлены все аспекты разработки и продвижения спортивного продукта, описаны особенности коммуникаций в спорте, секреты эффективного спонсорства и создания ярких спортивных брендов, а также подходы к управлению спортивными продуктами в условиях изменчивой и неопределенной экономической среды. Книга снабжена богатым практическим материалом — историями успеха и провалов известных клубов, организаций и спортсменов.

Издание предназначено для спортивных менеджеров и маркетологов, PR-менеджеров спортивных клубов и организаций, предпринимателей, действующих в области спорта, а также для студентов изучающих маркетинг, брендинг и PR.

УДК 658:796
ББК 65.497.5-32



Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru.

© Pearson Education Limited, 2007
© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2017
Перевод на русский язык издан по лицензии Pearson Education Limited

ISBN 978-5-9614-6325-5 (рус.)
ISBN-13 978-0-273-68826-6 (англ.)

Содержание

Список рисунков	7
Список таблиц	9
Список кейсов	11
Об авторах	15
Предисловие	21
Благодарности	23
Спортивные организации и клубы.....	25
Государственные организации, компании и СМИ	27
Некоторые сокращения экономических терминов	29
Веб-сайты по общим проблемам спортивного маркетинга	31
Часть I Особая природа маркетинга в спорте	33
Глава 1 Введение. Маркетинг в спорте	35
Глава 2 Маркетинг в коммерческих и некоммерческих спортивных организациях.....	61
Глава 3 Различные подходы к маркетингу в спорте	89
Часть II Удовлетворение потребностей клиентов на рынке спортивных товаров и услуг.....	107
Глава 4 Маркетинг в спорте: анализ внешней среды.....	109
Глава 5 Спорт и поведение потребителей	137
Глава 6 Поведение спортивных организаций как покупателей.....	163
Глава 7 Сегментация, таргетинг и позиционирование в спорте	193
Глава 8 Исследования спортивного рынка и маркетинговые информационные системы	219

Глава 9	Управление спортивными продуктами и услугами	239
Глава 10	Строительство и расширение спортивных брендов	275
Часть III	Коммуникации на рынке спорта	307
Глава 11	Комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций в индустрии спорта	309
Глава 12	Прямой маркетинг, маркетинг баз данных и онлайн-маркетинг в индустрии спорта	341
Глава 13	Спонсорство, реклама с участием «звезд» и права использования наименований	373
Глава 14	PR в индустрии спорта.....	405
Часть IV	Вывод спортивных продуктов и услуг на рынок	437
Глава 15	Приемы и стратегии ценообразования в индустрии спорта	439
Глава 16	Каналы сбыта и логистика в индустрии спорта	467
Глава 17	Розничная торговля спортивными товарами	497
Часть V	Спортивный маркетинг движется вперед!	537
Глава 18	Стратегический спортивный маркетинг	539
Глава 19	Достижение конкурентных преимуществ и стратегических изменений в спортивных организациях	567
Глава 20	Международный спортивный маркетинг и глобализация.....	593
Глава 21	Спортивный маркетинг: организация, внедрение, управление и контроль	617
Глава 22	Управление качеством обслуживания и инновациями в спорте.....	643
Часть VI	Будущее спортивного маркетинга	661
Глава 23	Будущее спортивного маркетинга	663
Глава 24	Спортивный маркетинг: взгляд специалиста-практика.....	683
	Глоссарий.....	691