



Marketing du Football



Télécharger



Lire En Ligne

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Marketing du Football

Chanavat Nicolas, Desbordes Michel

Marketing du Football Chanavat Nicolas, Desbordes Michel

Le marketing représente une fonction clé, voire même un état d'esprit, nécessaire à l'expansion du football professionnel. Les entités sportives professionnelles doivent désormais différencier leur marque et innover au service de l'expérience client et des partenaires économiques. Dès lors, les activités digitales se trouvent au coeur des stratégies des parties prenantes de l'écosystème d'un football professionnel en perpétuelle mutation. Cet ouvrage rassemble les éclairages de nombreux experts et traite des diverses problématiques marketing liées au développement des clubs de football. Fort de bases théoriques solides et de cas concrets, il dresse un état des lieux, définit les concepts-clés, identifie les bonnes pratiques, les met en parallèle avec la littérature académique et propose des pistes de réflexion inédites en la matière. Il s'adresse aux enseignants-chercheurs travaillant sur le marketing du sport et tout particulièrement sur le marketing du football. Ce livre est également destiné aux professionnels du football et à tous les acteurs socioéconomiques en lien avec ce secteur. Les étudiants en sciences du sport, en sciences économiques, en sciences politiques, en écoles de commerce ou de communication pourront, à travers lui, mieux cerner les orientations marketing des entités sportives professionnelles du football. Un éclairage original est donné à plusieurs clubs de Ligue 1 (AS Saint-Etienne, Olympique Lyonnais, Paris Saint-Germain, etc.) et européens (ACF Fiorentina, Borussia Dortmund, FC Barcelone, Juventus de Turin, Liverpool FC, Manchester United, Real Madrid, etc.).

 [Télécharger Marketing du Football ...pdf](#)

 [Lire en ligne Marketing du Football ...pdf](#)

624 pages

Présentation de l'éditeur

Le football jouit actuellement d'un statut extraordinaire en France et dans le monde. Sa puissance exceptionnelle s'illustre par son impact économique, médiatique et social. Dès lors, le marketing représente une fonction clé, voire un état d'esprit, nécessaire à l'expansion de sa filière professionnelle. Il est aujourd'hui indispensable pour les entités sportives professionnelles de différencier leur marque et d'innover au service de l'expérience client et des partenaires économiques. Les activités digitales se trouvent alors au cœur des stratégies des parties prenantes de l'écosystème d'un football professionnel en perpétuelle mutation. Cet ouvrage rassemble les éclairages de nombreux experts sur le champ du marketing appliqué au football professionnel. L'objectif est d'examiner les diverses problématiques marketing complexes liées au développement des clubs de football. Fort de bases théoriques solides et de cas concrets, il dresse un état des lieux, définit les concepts clés, identifie les bonnes pratiques, les met en parallèle avec la littérature académique et propose des pistes de réflexion inédites en la matière. Ce livre s'adresse aux enseignants-chercheurs travaillant sur le marketing du sport et sur le marketing du football. Il est également destiné aux professionnels du football et à tous les acteurs socioéconomiques en lien avec ce secteur. Les étudiants en sciences du sport, en sciences économiques, en sciences politiques, en écoles de commerce ou de communication pourront, à travers lui, mieux cerner les orientations marketing des entités sportives professionnelles du football. Un éclairage original est donné à plusieurs clubs de Ligue 1 (AS Saint-Étienne, Olympique Lyonnais, Paris Saint-Germain, etc.) et à certains grands clubs européens (ACF Fiorentina, Borussia Dortmund, FC Barcelone, Juventus de Turin, Liverpool FC, Manchester United, Real Madrid, etc.).

Biographie de l'auteur

Nicolas Chanavat dirige le Master 1 Management du Sport à l'Université Paris-Saclay et les Bourses de recherche du Centre d'étude Olympique Français. Il a travaillé pour des clubs professionnels comme l'AS Saint-Étienne, a participé à de grands événements internationaux (Coupe des confédérations FIFA, JO) et exerce des activités de consulting (Fédération Française de Football, projet du « Grand Stade » de l'Olympique Lyonnais, etc.). Michel Desbordes est professeur de marketing du sport à l'Université Paris-Saclay et responsable du développement du pôle de marketing sportif dans le groupe INSEEC. Auteur de 25 livres de référence, il est l'éditeur de l'International Journal of Sport Marketing and Sponsorship depuis 2009. Très impliqué à l'international, il est professeur associé à l'Université d'Ottawa (Canada) et à la Shanghai University of Sport (Chine).

Download and Read Online Marketing du Football Chanavat Nicolas, Desbordes Michel #WBER5CLKPN8

Lire Marketing du Football par Chanavat Nicolas, Desbordes Michel pour ebook en ligneMarketing du Football par Chanavat Nicolas, Desbordes Michel Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Marketing du Football par Chanavat Nicolas, Desbordes Michel à lire en ligne. Online Marketing du Football par Chanavat Nicolas, Desbordes Michel ebook Téléchargement PDFMarketing du Football par Chanavat Nicolas, Desbordes Michel DocMarketing du Football par Chanavat Nicolas, Desbordes Michel MobipocketMarketing du Football par Chanavat Nicolas, Desbordes Michel EPub

WBER5CLKPN8WBER5CLKPN8WBER5CLKPN8