

开发我国大学生体育市场的理论与实践研究



[开发我国大学生体育市场的理论与实践研究 下载链接1](#)

著者:王朝军

出版者:

出版时间:2009-4

装帧:

isbn:9787564401238

《开发我国大学生体育市场的理论与实践研究》将一般营销学理论与体育市场相结合，并对中国大学生体育协会及其24个分会开发大学生体育市场的现状进行了大量的理论与实践进行研究，根据该市场的特征、发展历史、特有文化等方面因素，依据市场营销学、营销战略、文化学等理论为依托，创造性的提出了开发我国大学生体育市场的双育市场理论、潜在文化理论、延续性理论、绿色营销理论等四个理论，并大胆提出了将潜在文化理论与一般营销学理论相结合，形成新的市场营销组合理论，对体育市场营销学和一般市场营销学是一个重要贡献，也是新的理论突破。同时，该论文对我国大学生体育市场的现状进行了客观的分析和发展前景作出了科学的预测，并为我国大学生体育市场的发展提出了建设性的建议和可行性的策略。为中国大学生体育协会和各大学开发大学生体育市场提供重要的参考依据，对大学生体育市场的健康发展具有重大意义。

作者介绍:

目录:

[开发我国大学生体育市场的理论与实践研究](#) [下载链接1](#)

标签

评论

[开发我国大学生体育市场的理论与实践研究](#) [下载链接1](#)

书评

[开发我国大学生体育市场的理论与实践研究](#) [下载链接1](#)