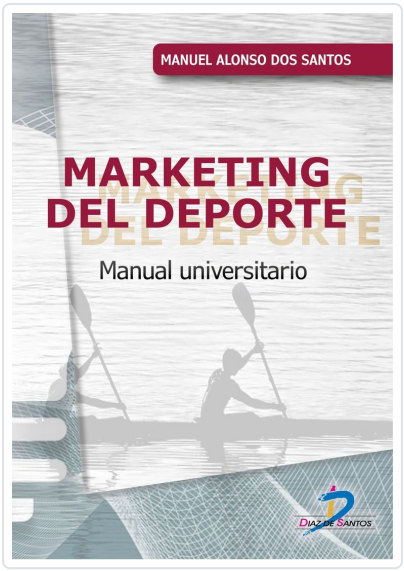
MARKETING DEL DEPORTE



MANUEL ALONSO DOS SANTOS

SINOPSIS

Marketing del deporte. Manual universitario ofrece una visión clara, actual y aplicada del marketing en el ámbito del deporte, integrando fundamentos teóricos, herramientas estratégicas y casos reales que permiten comprender cómo se crea valor en mercados caracterizados por la emoción, la experiencia y la interacción con el consumidor. A lo largo de sus capítulos, el lector encontrará un recorrido estructurado por los principales conceptos del marketing aplicados a productos, servicios y organizaciones deportivas. La obra está especialmente dirigida a estudiantes universitarios de marketing, gestión deportiva y áreas afines, así como a profesionales que buscan consolidar o actualizar sus conocimientos en un entorno competitivo y en constante transformación. Desde la segmentación y el comportamiento del consumidor hasta la gestión de marca, el patrocinio, la comunicación y la investigación de mercados, el manual conecta la teoría del marketing con la realidad del sector deportivo. Con un enfoque pedagógico y orientado a la práctica, este libro pretende servir como guía de referencia para comprender el marketing del deporte desde una perspectiva académica rigurosa y accesible, facilitando herramientas para analizar, planificar y tomar decisiones estratégicas en el contexto actual del deporte...

Editorial	DIAZ DE SANTOS
Materia	Ventas y marketing
Colección	Gestión de Empresas
EAN	9788490525845
Status	Normal
Páginas	265
Tamaño	215x150x0 mm.
Peso	380
Precio (Imp. inc.)	25,00€
Fecha de lanzamiento	13/03/2026

Títulos relacionados



EL LIBRO DE LA NEGOCIACIÓN 6ª EDICIÓN
PUCHOL MORENO, LUIS



CAPITAL SOCIAL, EMPRENDIMIENTO E INNOVACION ABIERTA EN EL SIGLO XXI, EL
GONZALEZ MILLAN, JOSE JAVIER



HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE RIESGOS
BRAVO MENDOZA, ÓSCAR