

Marketing i reklama w sporcie.

Wstęp.....3

Rozdział I.

Formy komunikacji rynkowej..... 4

1.1. Marketing 4

1.1.1. Zarządzanie marketingowe..... 5

1.1.2. Cele działań marketingowych..... 8

1.2. Reklama12

1.3. Promocja sprzedaży..... 16

1.4. Public Relations19

1.5. Marketing Sponsorski23

Rozdział II.

Specyfika komunikacji marketingowej w sporcie

2.1. Rola marketingu globalnego we współczesnej gospodarce..... 26

2.2. Sport – masowa forma komunikacji (znaczenie sportu w reklamie)29

2.3. Sport a marka globalna34

Rozdział III.

Sponsoring w sporcie – rynek w Polsce

3.1. Sponsoring w Polsce..... 39

3.2. Sport a media50

Zakończenie53

Załącznik 1.....54

Załącznik 258

Bibliografia60

Spis fotografii.....63

Spis rysunków 64

Spis tabel	65
Spis załączników	66