

Wpływ marketingu sportowego i sponsoringu na działalność przedsiębiorstw w Polsce.

Wstęp.....2

Rozdział I

Przedsiębiorstwo oraz jego formy komunikacji rynkowej

1.1 Pojęcie i rodzaje przedsiębiorstw..... 6

1.2 Marketing..... 12

1.3 Zarządzanie marketingiem15

1.4 Reklama i public relations..... 20

Rozdział II

Rola marketingu sportowego i sponsoringu w przedsiębiorstwie

2.1 Geneza Marketingu sportowego..... 26

2.2 Marketing sportu..... 33

2.3 Sponsoring..... 38

Rozdział III

Formy działalności marketingu sportowego i sponsoringu w Polsce

3.1 Marketing sportowy w Polsce49

3.2 Sponosring oraz inne formy finansowania sportu w Polsce..... 57

3.3 Agencje marketingu sportowego..... 63

Zakończenie66

Bibliografia68

Spis rysunków71