

<<新编体育经纪人>>

图书基本信息

书名：<<新编体育经纪人>>

13位ISBN编号：9787501776511

10位ISBN编号：7501776512

出版时间：2007-1

出版时间：中国经济出版社

作者：马铁

页数：310

字数：267000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<新编体育经纪人>>

### 内容概要

《体育经纪人》一书问世迄今已经4年多了，在此期间，我国的体育事业取得了巨大的成就和进步。经过这次修订、提炼重新整合出版，内容更加丰满和完善，更具时代精神性，更加适合体育经纪人开创事业，尤其适合迎接2008年奥运会对我国体育经纪人的要求，是一个部实用的工具书和从业手册。

为了引导广大体育经纪人掌握经纪人的知识，尤其是为了使广大经纪人更好地领会体育的精神实质和实际的应用，对体育经纪人规范展业进行了全新的梳理，以便与时俱进，适应发展了的客观实际和广大经纪人的新需要。

本书是21世纪中国经纪人实用丛书之一，是一部关于体育经纪人的实用理论专著，内容涉及体育经纪人概述、体育经纪人的素质、体育经纪活动、运动员经纪、体育赛事经纪、体育经纪与传播媒介等，适合体育经纪人参考学习。

## &lt;&lt;新编体育经纪人&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 体育经纪人概述 第一节 体育经纪人的概念 一、经纪人的概念和特征 二、体育经纪人的概念 三、体育经纪人的类别 四、体育经纪人的特征 五、体育经纪人的作用 第二节 体育经纪人的权利和义务 一、体育经纪人的权利 二、体育经纪人的义务 三、体育经纪人的法律责任 第三节 我国体育经纪人的产生与发展 一、改革开放造就了我国的体育经纪人 二、多种体育经纪形式共存并举 三、体育经纪人开始步入良性发展 四、体育经纪人发展的社会基础和条件 第四节 国外体育经纪人的产生和发展 一、国外体育经纪人的起源 二、国外体育经纪的现状 三、国外体育经纪的发展趋势 第二章 体育经纪人的素质 第一节 体育经纪人的素质 一、体育经纪人的职业道德 二、体育经纪人的心理素质 三、体育经纪人的技能素质 第二节 体育经纪人的知识结构 一、体育专业知识 二、法律专业知识 三、经济专业知识 第三节 体育经纪人的能力 一、人格魅力 二、说服能力 三、运筹能力 四、策划能力 第三章 体育经纪活动 第一节 体育经纪活动的内容 一、代理运动员 二、推广体育比赛 三、包装和代理运动队 四、代理体育组织 五、代理企业介入体育事务 六、从事其他体育经纪活动 第二节 体育经纪活动的策划与运作 一、商业信息的收集 二、信息的分析方法 三、信息收集的过程 四、建立委托代理关系 五、签订委托协议书 第三节 体育经纪合同 一、体育经纪合同的种类和形式 二、合同的订立和必要条款 三、无效合同及合同履行 四、体育经纪合同的变更、转让和解除 第四节 体育经纪收入 一、体育经纪人的收入和管理 二、体育经纪人的税收与法规 第五节 体育赞助及其运作 一、体育赞助的起源 二、我国体育赞助的现状分析 三、体育赞助的创意过程 四、体育赞助的运作和注意事项 第四章 运动员经纪 第一节 运动员转会经纪 一、运动员转会经纪的概念 二、运动员转会经纪活动的背景 三、运动员转会经纪活动的内容 四、运动员转会经纪活动的程序和收益 第二节 运动员参赛经纪 一、运动员参赛经纪的概念 二、现代竞赛制度的发展与比赛经纪活动的产生 三、运动员参赛经纪的主要内容 四、运动员参赛代理的注意事项 第三节 运动员无形资产的开发 一、运动员无形资产开发的概念 二、运动员无形资产开发的内容与特点 三、体育明星广告的经纪运作 四、运动员商业开发中的注意事项 第四节 运动员日常事务代理 第五章 体育赛事经纪 第一节 中国体育赛事市场及趋势 一、体育赛事概述 二、体育赛事市场化的形式 三、体育赛事市场化的本质和基本特征 四、中国体育赛事市场化的发展历程 五、中国体育赛事市场的现状及制约因素 六、中国体育赛事市场的发展趋势 第二节 体育赛事经纪过程 一、体育赛事经纪的概念 二、体育赛事的选择和策划 三、体育赛事的包装与融资 四、赛事过程中的客户服务 五、赛事赞助活动的总结 第三节 体育赛事营销 一、体育赛事营销概念 二、体育赛事营销的对象 三、体育赛事营销的分类 四、赛事的品牌提炼 五、赛事营销合同 第六章 体育经纪与传播媒介 第一节 体育与媒介 一、体育媒介的概念 二、体育媒介市场 三、媒介在体育经纪中的作用 第二节 体育运动与转播 一、体育赛事转播价值 二、电视转播权的开发 第三节 大型体育赛事传播的策划 一、拓宽信息资源 二、设立高效、畅通的新闻中心 三、充分发挥大众传媒的作用 第四节 体育转播与网络媒体 一、网络新媒体 二、体育新闻网络传播的优势 三、体育网络传播的发展前景 第七章 体育产业开发中的经纪活动 第一节 我国体育产业开发的现状 一、体育产业的形成和界定 二、体育产业的价值 三、国际体育产业的发展状况 四、我国体育产业结构现状 第二节 我国的体育产业政策 一、体育产业的发展机遇 二、体育产业发展面临的挑战 三、我国体育产业发展的政策取向 第三节 体育保险经纪 一、体育保险产业的概述 二、体育保险经纪的必要性 三、体育保险的险种 四、体育保险经纪人的业务范围 第四节 体育旅游经纪 一、体育旅游的内容和分类 二、体育旅游市场的构成 三、体育旅游经纪人的业务范围 第八章 体育经纪人的管理 第一节 体育经纪人管理制度 一、体育经纪资格认定制度 二、注册登记制度 三、保证金制度 四、合同管理制度 五、佣金制度 六、仲裁和司法裁决制度 七、违规处罚制度 八、培训制度 第二节 体育组织对体育经纪人的管理 一、国家体育总局对体育经纪人的管理 二、运动项目管理中心对体育经纪人的管理 三、具体操作部门对体育经

<<新编体育经纪人>>

纪人的管理 四、体育经纪人行业协会的管理- 第三节 国际上对体育经纪人的管理 一、国际体育组织对经纪人的管理 二、各国对体育经纪人的管理第九章 体育组织与体育经纪人 第一节 体育组织经纪 一、体育组织经纪概述 二、体育组织经纪内容 第二节 中国足球协会对体育经纪人的管理 一、中国的职业足球联赛 二、中国足协对经纪人的管理 三、外籍球员的引进及目前存在的问题 第三节 国际足联与足球经纪人 一、国际足联球员经纪人的申请程序 二、国际足联对球员经纪有关问题的态度 第四节 世界田径经纪人 一、田径经纪人的职责和任务 二、田径经纪人的收入和地位 三、田径经纪人的基本条件 四、田径经纪人竞争日趋激烈附录一：体育经纪人执业资格考试模拟试题附录二：中华人民共和国体育法附录三：经纪人管理办法参考文献编后记

<<新编体育经纪人>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>