

图书基本信息

书名：<<CVA联赛品牌的打造-全国排球联赛的兴起与发展>>

13位ISBN编号：9787811006506

10位ISBN编号：7811006502

出版时间：2006-10

出版时间：北京体育大学出版社

作者：李国东

页数：132

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>

## 内容概要

《CVA联赛品牌的打造：“全国排球联赛”的兴起与发展》从品牌解析入手，以全国排球联赛作为研究对象，从联赛的经营策略，联赛的品牌解密，联赛的目标及其实现等方面展开研究，提出了联赛品牌战略，以品牌带赛事，以品牌促赛事，以品牌联系排球市场的开发，为下一个十年中国排球联赛的进一步发展提出了操作性非常强的建议。

书籍目录

第一章 导论 第一节 问题的提出 第二节 文献综述 一、品牌的科学含义 二、体育赛事品牌运营的研究状况 三、本文概要与结构体系 四、研究思路 第三节 研究方法 一、文献资料法 二、专家访谈法 三、问卷调查法 四、数理统计法 五、逻辑分析法 第二章 CVA联赛经营策略 第一节 CVA联赛宏观环境 一、人口环境 二、经济环境 三、社会文化环境 第二节 CVA联赛微观环境 一、全国排球联赛本身 二、全国排球联赛的开发 三、合作者 第三节 建设CVA联赛品牌是全国排球联赛发展的必然选择 一、全国排球联赛市场化进程 二、全国排球联赛走品牌经营之路势在必行 三、小结 第三章 CVA联赛品牌解密 第一节 CVA联赛品牌剖析 一、CVA联赛品牌名称 二、CVA联赛品牌标识 三、CVA联赛品牌知名度 四、CVA联赛品牌美誉度 五、CVA联赛品牌忠诚度 六、附着在CVA联赛品牌上的其他资产 第二节 CVA联赛的5WOT分析 一、优势 二、机遇 三、威胁 四、劣势 第四章 全国排球联赛的目标及其实现 第一节 全国排球联赛目标及现实观众特征 第二节 全国排球联赛的生命周期特征 一、产品生命周期理论 二、NBA生命周期的划分 三、全国排球联赛生命周期的划分 第五章 CVA联赛品牌战略 第一节 CVA联赛的品牌定位 一、定位理论与CVA产品 二、CVA联赛品牌的定位 第二节 CVA联赛的品牌形象 一、提高CVA联赛质量, 塑造CVA联赛优质产品形象 二、结合大学生, 打造CVA联赛文化 三、青春、爱国、娱乐是CVA联赛CI设计的主调 四、打造CVA联赛良好信誉 第三节 CVA联赛品牌的包装 一、国家队成绩是打造CVA联赛品牌的催化剂 二、明星球员是CVA联赛的金字招牌 三、娱乐活动是CVA联赛品牌包装的重点 第四节 CVA联赛品牌的整合营销传播 一、整合营销传播理论的引入 二、CVA联赛品牌信息的创造、传送 三、CVA联赛品牌的市场营销传播 第五节 CVA联赛品牌风险防范 一、CVA联赛的风险来源 二、CVA联赛品牌风险控制的基本策略 结论与建议 参考文献 附件一: 访谈提纲 附件二: 俱乐部调查问卷 附件三: 全国排球联赛(CVA)联赛调查问卷后记

编辑推荐

本书是中国体育博士文丛之一，从品牌解析入手，以全国排球联赛作为研究对象，从联赛的经营策略，联赛的品牌解密，联赛的目标及其实现等方面展开研究，提出了联赛品牌战略，以品牌带赛事，以品牌促赛事，以品牌联系排球市场的开发，为下一个十年中国排球联赛的进一步发展提出了操作性非常强的建议。

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>