

Sponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung

Arnold Hermanns, Christian Marwitz

Sponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung Arnold Hermanns, Christian Marwitz

Downloaden und kostenlos lesen Sponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung Arnold Hermanns, Christian Marwitz

311 Seiten

Kurzbeschreibung

Sponsoring als Instrument der Marketingkommunikation hat in den letzten Jahren kontinuierlich an Bedeutung gewonnen, dies gilt besonders für das Sportsponsoring.

Gleichzeitig entwickelte sich das Sponsoring betriebswirtschaftlich weiter: Die Forderung nach mehr Effizienz und Effektivität im unternehmerischen Einsatz stellt erhöhte Anforderungen an das Sponsoringmanagement vor allem in den Bereichen Planung und Kontrolle. Dies setzt wiederum das Wissen um die Sponsoringwirkungen und deren Messung voraus.

Die völlig überarbeitete 3. Auflage

- berücksichtigt die vielfältigen Entwicklungen im Sponsoring,
- stellt Wirkungen unter methodischen Aspekten dar,
- gibt einen strukturierten Überblick über die Managementprozesse des Sponsorings und
- stellt die besondere Bedeutung des Sponsoring für die Markenführung heraus.

Eine breit angelegte Fallstudie aus dem Sportsponsoring schlägt die Brücke zur Sponsoringpraxis.

Prof. Dr. Arnold Hermanns lehrt und forscht am Institut für Marketing der Universität der Bundeswehr München. Dr. Christian Marwitz ist freier Mitarbeiter am Institut für Marketing der Universität der Bundeswehr München.

Für Entscheidungsträger und Macher im Sponsoring und in der Marketing-Kommunikation, für Sponsoren, Gesponserte, Agenturen sowie Marketingstudenten und -dozenten an Universitäten, Fachhochschulen und Akademien. Autorenkommentar

Inhaltsangabe

Zunächst werden das Management und die Instrumente der Marketing-Kommunikation dargelegt. Nach einer begrifflichen und inhaltlicher Erörterung des Sponsoring werden die Sponsoringarten vorgestellt. Es folgt eine praxisnahe Aufarbeitung der Erkenntnisse zu den Wirkungen des Sponsoring, bevor intensiv auf das Sponsoring-Management eingegangen wird. Abschließen werden Entwicklungslinien aufgezeigt und Grenzen für das Sponsoring diskutiert. Viele Beispiele, farbige Abbildungen und Tabellen veranschaulichen das faszinierende Gebiet des Sponsoring. Angesprochen werden von diesem Buch alle, die sich mit dem Sponsoring auseinandersetzen wollen oder müssen.

Download and Read Online Sponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung Arnold Hermanns, Christian Marwitz #DNQ7LIRFW4G

Lesen Sie Sponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung von Arnold Hermanns, Christian Marwitz für online ebookSponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung von Arnold Hermanns, Christian Marwitz Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Sponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung von Arnold Hermanns, Christian Marwitz Bücher online zu lesen. Online Sponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung von Arnold Hermanns, Christian Marwitz ebook PDF herunterladenSponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung von Arnold Hermanns, Christian Marwitz DocSponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung von Arnold Hermanns, Christian Marwitz MobipocketSponsoring: Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung von Arnold Hermanns, Christian Marwitz EPub