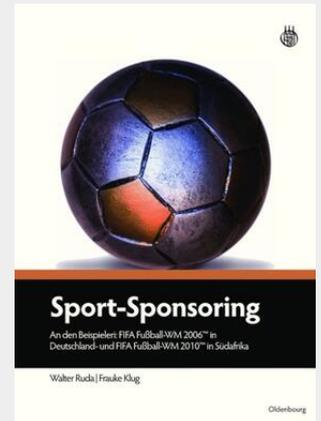


Klug / Ruda

Sport-Sponsoring

An den Beispielen: FIFA Fußball-WM 2006™ in Deutschland und FIFA Fußball-WM 2010™ in Südafrika

Im digitalen Zeitalter des information overload wird es für Unternehmen immer schwieriger, die relevanten Zielgruppen zu erreichen. Sport wirkt schon seit jeher als Zuschauermagnet und zieht Menschen in seinen Bann. Deshalb eignet sich das Sport-Sponsoring ideal zur kommunikativen Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen. Auch im deutschsprachigen Raum gewinnt gerade der Fußball an immer größerer Bedeutung und Beliebtheit. Vor diesem Hintergrund beleuchtet dieses Buch das Sponsoring, wie auch das wichtiger werdende Ambush Marketing, großer Sport-Events am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaften in Deutschland 2006 und in Südafrika 2010 an einer Vielzahl von Praxisbeispielen. Leider sind in der Vergangenheit fehlerhafte Drucke des Werkes in Umlauf geraten (Fehler auf dem Umschlag). Wenn Sie Ihr fehlerhaftes Exemplar umtauschen möchten, wenden Sie sich bitte an Anja Cheong, Acquisitions Editor Business & Economics, unter anja.cheong@degruyter.com



34,95 €

32,66 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783486591194

Medium: Buch

ISBN: 978-3-486-59119-4

Verlag: De Gruyter

Erscheinungstermin: 05.05.2010

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2010

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 493 g

Seiten: 239

Format (B x H): 170 x 240 mm

