

1. Record Nr.	UNINA9910551850203321
Autore	Alexandre-Bourhis Nathalie
Titolo	Management et marketing du sport : du local au global // Patrick Bouchet, Claude Sobry
Pubbl/distr/stampa	Villeneuve d'Ascq, : Presses universitaires du Septentrion, 2021
ISBN	2-7574-3476-4
Descrizione fisica	1 online resource (344 p.)
Collana	Sport et Sciences Sociales
Altri autori (Persone)	BessyOlivier BodetGuillaume CharlotVincent ClaudeSobry DeliègeRobert DesbordesMichel GillesLecocq GuibertChristophe Haschar-NoéNadine HillairetDieter LacassagneMarie-Françoise MerleStéphane MeurgeyBernard Minondo-KaghadBrigitte NariaOlivier PatrickBouchet RichardGuillaume Rouvrais-CharronChantal SchoenyAlain TribouGary BouchetPatrick SobryClaude
Disciplina	796.060944
Soggetti	Sports administration - France Sports - France - Marketing
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia

Depuis quinze ans des travaux et des publications s'accumulent dans les champs du management et du marketing du sport. Ils constituent des éléments de base pour synthétiser, ordonner et mettre à la disposition d'un public d'étudiants et de formateurs, les connaissances produites en la matière. Quelques livres existent en France (moins d'une dizaine) et ils sont généralement l'apanage d'un ou deux auteurs avec des objets relativement ciblés ou des approches très générales ou circonscrites. La massification des formations en management du sport constitue une opportunité pour confronter les points de vue et les terrains d'investigation. Deux idées sont apparues comme essentielles pour la réalisation de cet ouvrage collectif : • effectuer une synthèse visant à donner une perspective internationale de la production de connaissances développée en France en management et en marketing appliqués au sport, • développer des contenus articulant données théoriques et données opérationnelles à travers des concepts, des démarches, des outils fonctionnels et des illustrations. Quatre domaines (sport spectacle et relations marchandes, identité sportive organisationnelle et territoriale, enjeux et conflits dans la gouvernance sportive publique, la gestion « locale-globale » des stratégies sportives) organisent cet ouvrage en relation avec l'évolution problématique des marchés du sport.
