

Zbigniew Pawlak, Andrzej Smoleń (2015)

Strategie zawodowych klubów sportowych w Polsce

Data opublikowania: 16.09.2016

Poleca Redakcja Pol-Int

Wydawnictwo SGH
Miejsce wydania Warszawa
Ilość stron 523
Język Polski

ISBN: 978-83-7378-998-2

Socjologia

Polski

Spis treści

Wstęp

1. Zarządzanie strategiczne w literaturze przedmiotu

- 1.1. Zarządzanie strategiczne - przegląd problematyki
- 1.2. Kierunki i szkoły zarządzania strategicznego
- 1.3. Proces zarządzania strategicznego
- 1.4. Analiza strategiczna
- 1.5. Planowanie strategiczne
- 1.6. Kontrola i controlling strategiczny
- 1.7. Organizacja zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie
- 1.8. Strategia organizacji i jej elementy (obszary)

1.9. Typowe strategie organizacji

1.10. Strategie elastyczne organizacji w warunkach dużej niepewności otoczenia

1.11. Efektywność strategiczna organizacji

2. Zawodowe kluby sportowe jako przedmiot zainteresowania naukowego

2.1. Geneza zawodowych klubów sportowych w różnych krajach na tle rozwoju sportu zawodowego

2.2. Prawne aspekty działalności zawodowych klubów sportowych

2.3. Działalność marketingowa zawodowych klubów sportowych

2.4. Organizacyjne i logistyczne aspekty działalności zawodowych klubów sportowych

2.5. Zarządzanie kapitałem ludzkim w zawodowych klubach sportowych

2.6. Ekonomiczno-finansowe aspekty działania zawodowych klubów sportowych

2.7. Etyczne aspekty działalności zawodowych klubów sportowych

2.8. Wpływ otoczenia na funkcjonowanie zawodowych klubów sportowych

2.9. Restrukturyzacja zawodowych klubów sportowych

2.10. Podejście strategiczne w zarządzaniu zawodowymi klubami sportowymi

3. Założenia teoretyczne, terminologiczne i metodologiczne oraz szczegółowa metodologia badań

3.1. Założenia teoretyczne i terminologiczne

3.2. Założenia metodologiczne

3.3. Szczegółowa metodologia badań

3.3.1. Cel badań

3.3.2. Pytania badawcze

3.3.3. Hipotezy badawcze

3.3.4. Materiał badawczy

3.3.5. Metody badawcze

4. Zawodowe kluby sportowe w Polsce w latach 1989-2012

- 4.1. Status zawodowego klubu sportowego
- 4.2. Zawodowe kluby sportowe na tle innych rodzajów klubów sportowych
- 4.3. Chronologia powstawania zawodowych klubów sportowych
- 4.4. Rozmieszczenie terytorialne zawodowych klubów sportowych
- 4.5. Zawodowe kluby sportowe ze względu na firmę i tradycję
- 4.6. Typologia zawodowych klubów sportowych
- 4.7. Zestawienie zawodowych klubów sportowych nieobjętych badaniami nad strategią działania

5. Analiza otoczenia bliższego zawodowych klubów sportowych

- 5.1. Pojęcie i struktura otoczenia
- 5.2. Związki sportowe
- 5.3. Spółki zarządzające ligami zawodowymi
- 5.4. Kibice
- 5.5. Sponsorzy
- 5.6. Sektor publiczny
- 5.7. Media
- 5.8. Konkurenci
- 5.9. Inne podmioty otoczenia bliższego

6. Analiza otoczenia dalszego zawodowych klubów sportowych

- 6.1. Uwarunkowania demograficzne
- 6.2. Uwarunkowania gospodarcze
- 6.3. Uwarunkowania polityczne
- 6.4. Uwarunkowania społeczne

6.5. Uwarunkowania prawne

6.6. Uwarunkowania techniczne

6.7. Uwarunkowania kulturowe

6.8. Uwarunkowania międzynarodowe

7. Majątek zawodowych klubów sportowych

7.1. Majątek ogółem

7.2. Majątek trwały

7.2.1. Dane ogólne

7.2.2. Wartości niematerialne i prawne

7.2.3. Środki trwałe

7.2.4. Majątek finansowy

7.3. Majątek obrotowy

8. Kapitały zawodowych klubów sportowych

8.1. Kapitał ogółem

8.2. Kapitał własny

8.2.1. Kapitał podstawowy (akcyjny)

8.2.2. Kapitał własny ogółem

8.3. Kapitały obce

9. Długookresowe efekty finansowe zawodowych klubów sportowych

9.1. Efekty finansowe

9.1.1. Wynik finansowy netto

9.1.2. Analiza wskaźnikowa

9.2. Analiza dyskryminacyjna

9.3. Wskaźniki rozwoju (wzrostu/regresu)

9.3.1. Wskaźnik syntetyczny rozwoju

9.3.2. Wskaźnik zrównoważonego rozwoju

10. Osiągnięcia sportowe zawodowych klubów sportowych

10.1. Osiągnięcia sportowe badanych klubów na arenie krajowej i międzynarodowej

10.2. Przyjęte sposoby oceny osiągnięć sportowych klubów

10.3. Ocena długookresowych osiągnięć sportowych klubów w rozgrywkach na najwyższym szczeblu

10.4. Ocena długookresowych osiągnięć sportowych klubów na podstawie małych punktów

10.5. Ocena długookresowych osiągnięć sportowych klubów na podstawie dużych punktów

10.6. Osiągnięcia sportowe a poniesione wydatki

11. Strategie zawodowych klubów sportowych na poziomie funkcjonalnym

11.1. Strategie marketingowe

11.1.1. Strategie produktowe

11.1.2. Strategie cenowe

11.1.3. Strategie dystrybucji

11.2. Strategie finansowe

11.2.1. Strategie finansowania działalności

11.2.2. Strategie kosztowe klubów sportowych

11.2.3. Strategie inwestycyjne

11.2.4. Inne strategie finansowe

11.3. Strategie kadrowe

11.3.1. Strategie pozyskiwania kadr

11.3.2. Strategie zatrudniania kadr

11.4. Strategie organizacyjno-logistyczne

12. Strategie relacyjne (behawioralne) zawodowych klubów sportowych wobec podmiotów otoczenia bliskiego

12.1. Strategie relacyjne klubów wobec związków sportowych

12.2. Strategie relacyjne klubów wobec spółek zarządzających ligami

12.3. Strategie relacyjne klubów wobec kibiców

12.4. Strategie relacyjne klubów wobec sponsorów

12.5. Strategie relacyjne klubów wobec sektora publicznego

12.6. Strategie relacyjne klubów wobec mediów

12.7. Strategie relacyjne klubów wobec konkurentów

12.8. Strategie relacyjne klubów wobec związków zawodowych

12.9. Strategie relacyjne klubów wobec agentów sportowych

12.10. Strategie relacyjne klubów wobec innych podmiotów

13. Strategie biznesowe i strategie ogólne

13.1. Pojęcie strategicznych jednostek biznesowych zawodowych klubów sportowych

13.1.1. Strategie zakładów produkcyjnych i konserwacyjno-remontowych

13.1.2. Strategie hoteli, zakładów gastronomicznych i innych wyodrębnionych podmiotów gospodarczych

13.2. Strategie domen zawodowych klubów sportowych

13.3. Strategie ogólne zawodowych klubów sportowych w różnych fazach ich życia

13.3.1. Strategie wchodzenia na rynek

13.3.2. Strategie umacniania pozycji na rynku

13.3.3. Strategie poprawy pozycji na rynku

13.3.4. Strategie utrzymywania pozycji na rynku

13.3.5. Strategie wycofywania się z rynku

13.3.6. Cykl życia a efektywność zawodowych klubów sportowych

13.4. Strategie ogólne zawodowych klubów sportowych z perspektywy relacji pomiędzy rynkiem a produktem

13.5. Strategie ogólne zawodowych klubów sportowych z perspektywy zmian poziomu przychodów z otoczenia, potencjału strategicznego i efektów długookresowych

Podsumowanie i wnioski końcowe

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel

Spis rysunków

Spis wykresów

<https://www.pol-int.org/pl/publikacje/strategie-zawodowych-klubow-sportowych-w-polsce?j5Q6rewycZ5HtUDXTWpx7UZE=1>