Wstęp 7

**I. Marketingowe aspekty zarządzania w sporcie 9**

Karnawalizacja sportu – od marketingu produktu do marketingu doświadczeń i co dalej? (Robert Kozielski) 11

Analiza czynników wpływających na frekwencję imprez sportowych niższych klas rozgrywkowych (Sławomir Kowalski) 23

Sponsoring sportu jako narzędzie *public relations* w komunikacji marketingowej (Mariusz Woźniakowski) 37

Media społecznościowe w strategii komunikacji piłkarskich klubów sportowych (Dominika Kaczorowska-Spychalska) 49

Zarządzanie relacjami z klientami na przykładzie Unii Leszno SSA (Mikołaj Zgaiński) 65

# II. Zarządzanie organizacjami sportowymi 75

KKS Lech Poznań jako przykład współczesnej organizacji sportowej (Martyna Góral, Jowita Górka) 77

Zarządzanie kryzysem w sporcie (Paweł Kuźbik) 99

*Benchmarking* strategicznych wymiarów zarządzania firmami sportowymi w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem sektora gier zespołowych (Ryszard Panfil) 111

Wpływ systemu licencyjnego na zarządzanie klubami polskiej ekstraklasy piłkarskiej (Marcin Karwiński) 129

Zarządzanie strategiczne w polskich zawodowych klubach piłki nożnej – teoria a praktyka (Zbigniew Pawlak, Andrzej Smoleń) 141

Zarządzanie wiedzą w klubach sportowych na przykładzie Tauron Basket Ligi (Mateusz Tomanek) 161

**III. Ludzie sportu 173**

Zarządzanie talentami w grach sportowych (Łukasz Panfil) 175

Rozwój indywidualny sędziów lekkoatletycznych w Polsce (Filip Moterski) 191

Kluczowe kompetencje oraz popularne ścieżki karier osób działających w organizacjach sportowych (Urszula Starakiewicz) 209

Trener liderem zespołu (Zdzisława Janowska) 231