LANDESSPORTBUND
BRANDENBURG

ABC DES SPONSORINGS

Hier finden Sie die wichtigsten Begriffe von A-Z zum Thema Sponsoring im Sportverein.

Um direkt zu einem Begriff, Stichwort oder Fachbegriff zu gelangen, drücken Sie bitte gleichzeitig Strg und F. Es erscheint ein Suchfeld in Ihrem Browserfenster, in das Sie den Suchbegriff eintragen können.

Name des Begriffes: Medienanalysen

Beschreibungen des Begriffes:

Medienanalysen sind ein wichtiges Kontrollinstrument, mit dem Sponsoren und Sportvereine ihre Sportsponsoringmaßnahmen planen und die Effizienz der Sponsoringaktivitäten auswerten.

Medienanalysen sind ein wichtiges Kontrollinstrument, mit dem Sponsoren und Sportvereine ihre Sportsponsoringmaßnahmen planen und die Effizienz der Sponsoringaktivitäten auswerten.

Medienanalysen liefern Informationen über die quantitative und qualitative Präsenz einer Sponsoringmaßnahme in elektronischen, Printmedien und sozialen Medien.

Zurück