

Wstęp

Rozdział I

TEORIA ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIA SPORTEM

Rozdział II

FORMY ORGANIZACYJNO-PRAWNE INSTYTUCJI
SPORTOWEJ

Rozdział III

ZARZĄDZANIE KADRAMI JAKO PROCES WSPIERAJĄ-
CY GENEROWANIE WARTOŚCI DODANEJ W ORGANI-
ZACJI

Rozdział IV

MARKETING

Rozdział V

KOMUNIKOWANIE SIĘ FIRMY Z OTOCZENIEM

Rozdział VI

ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCIĄ W INSTYTU-
CJI SPORTOWEJ

Rozdział VII

SPONSORING JAKO FORMA POZYSKIWANIA ŚROD-
KÓW PRZEZ SPORTOWE SPÓŁKI AKCYJNE

Rozdział VIII

ORGANIZACJA I ZARZĄDZANIE FIRMĄ SPORTOWĄ

Rozdział IX

ORGANIZACJA PRZEDSIĘWZIĘĆ SPORTOWYCH

Rozdział X

METODY ZARZĄDZANIA

Rozdział XI

ZARZĄDZANIE FINANSAMI W SPORCIE

Piśmiennictwo