

Zawiera m.in.:

Kozielski, R.: Karnawalizacja sportu – od marketingu produktu do marketingu doświadczeń i co dalej?

Kowalski, S.: Analiza czynników wpływających na frekwencję imprez sportowych niższych klas rozgrywkowych;

Woźniakowski, M.: Sponsoring sportu jako narzędzie public relations w komunikacji marketingowej;

Kaczorowska-Spychalska, D.: Media społecznościowe w strategii komunikacji piłkarskich klubów sportowych;

Zgaiński, M.: Zarządzanie relacjami z klientami na przykładzie Unii Leszno SSA;

Góral, M.: KKS Lech Poznań jako przykład współczesnej organizacji sportowej;

Kuźbik, P.: Zarządzanie kryzysem w sporcie;

Panfil, R.: Benchmarking strategicznych wymiarów zarządzania firmami sportowymi w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem sektora gier zespołowych;

Karwiński, M.: Wpływ systemu licencyjnego na zarządzanie klubami polskiej ekstraklasy piłkarskiej;

Pawlak, Z.: Zarządzanie strategiczne w polskich zawodowych klubach piłki nożnej – teoria a praktyka;

Tomanek, M.: Zarządzanie wiedzą w klubach sportowych na przykładzie Tauron Basket Ligi;

Panfil, R.: Zarządzanie talentami w grach sportowych;

Moterski, F.: Rozwój indywidualny sędziów lekkoatletycznych w Polsce;

Starakiewicz, U.: Kluczowe kompetencje oraz popularne ścieżki karier osób działających w organizacjach sportowych;

Janowska, Z.: Trener liderem zespołu.