

Inhoud

Hoofdstuk 1	Wat is ethiek?	9
Paragraaf 1	Introductie	9
Paragraaf 2	De eigen aard van de ethische optiek	11
Paragraaf 3	Waarden, normen en ethiek	15
Paragraaf 4	Ethische visies	22
Paragraaf 5	Cases en debatstellingen	32
Hoofdstuk 2	Wat is sportbusinessethiek?	36
Paragraaf 1	Inleiding	36
Paragraaf 2	Sport	37
Paragraaf 3	Sportbusiness	46
Paragraaf 4	Ethiek in de sportbusiness	53
Paragraaf 5	Het verschil tussen ethiek en recht in de sportbusiness	56
Paragraaf 6	Het belang van ethiek in de sportbusiness	58
Paragraaf 7	Waar speelt sportbusinessethiek zich af?	59
Paragraaf 8	Cases en debatstellingen	61
Hoofdstuk 3	Wat mogen we van een sportorganisatie verlangen op ethisch gebied?	64
Paragraaf 1	Inleiding	64
Paragraaf 2	Vier soorten ethiek	65
Paragraaf 3	Toepassing op enkele spelers in de sportbusiness	68
Paragraaf 4	Cases en debatstellingen	76
Hoofdstuk 4	Strategische sportmarketing en ethiek	79
Paragraaf 1	Inleiding	79
Paragraaf 2	Wat is strategische sportmarketing?	82
Paragraaf 3	Strategische sportmarketing en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen	84
Paragraaf 4	Ethische productdifferentiatie in de sportbusiness	93
Paragraaf 5	Sportmarktonderzoek en ethiek	96
Paragraaf 6	Cases en debatstellingen	99
Hoofdstuk 5	Tactische sportmarketing en ethiek	101
Paragraaf 1	Inleiding	101
Paragraaf 2	Wat is tactische sportmarketing?	102
Paragraaf 3	Het sportproduct en morele verantwoordelijkheid	102
Paragraaf 4	De prijs van het sportproduct en ethische aspecten	115
Paragraaf 5	De plaats van het sportevent en duurzaamheid	117
Paragraaf 6	Cases en debatstellingen	120

Hoofdstuk 6	Sportmarketingcommunicatie en ethiek	123
Paragraaf 1	Inleiding	123
Paragraaf 2	Reclame, sport en ethiek	125
Paragraaf 3	Sales promotion, sport en ethiek	142
Paragraaf 4	Public relations, sport en ethiek	146
Paragraaf 5	Cases en debatstellingen	147
Hoofdstuk 7	Sportsponsoring en ethiek	151
Paragraaf 1	Inleiding	151
Paragraaf 2	Wat is sportsponsoring?	152
Paragraaf 3	Sportsponsoring en MVO	154
Paragraaf 4	Wederzijdse morele beïnvloeding bij sportsponsoring	157
Paragraaf 5	Ambush marketing	161
Paragraaf 6	Cases en debatstellingen	166
Hoofdstuk 8	Media, sport en ethiek	169
Paragraaf 1	Inleiding	169
Paragraaf 2	Wat is sportmedia-ethiek?	170
Paragraaf 3	Sportmedia	171
Paragraaf 4	Mediasport	176
Paragraaf 5	Ethische gevolgen van sportmedia op sport en samenleving	185
Paragraaf 6	De beroepsethiek van de sportjournalist en de voorlichter in de sport	195
Paragraaf 7	Cases en debatstellingen	205
Hoofdstuk 9	Tool: stappenplan ethiek en sportbusiness	209
Paragraaf 1	Inleiding	209
Paragraaf 2	Uitleg stappenplan aan de hand van een case	209
Paragraaf 3	Het stappenplan in een schema	217
Paragraaf 4	Cases	217
Hoofdstuk 10	Tool: debatteren over sportbusinessethiek	219
Paragraaf 1	Inleiding	219
Paragraaf 2	Wat is debatteren?	219
Paragraaf 3	Strategie en tactiek bij debatteren	222
Paragraaf 4	Argumenteren	225
Paragraaf 5	Argumentatiefouten	226
Paragraaf 6	De rollen in een debat	228
Paragraaf 7	Oefenstellingen	230
Noten		232
Index		242
Lijst van cases uit Sportbusiness en ethiek		245
Fotoverantwoording		247