

B 154.473

C o t t i n g, Patrick: Der Sponsoring- und  
Eventmarketing-Ansatz <S&E>. Dimensionen,  
Wirkung, Erfolgsfaktoren, Planung und Con-  
trolling. [Mit Abb. u. Tab.]- (Linz):  
Trauner (2000). XIII, 567 S. 8°

ISBN 3-855487-1171.