

Eventmarketing

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.