

IL MANAGEMENT DELLA SPONSORIZZAZIONE PER GLI EVENTI SPORTIVI

Di Alain Ferrand, Luigino Torrigiani e Andreu Camps i Povill. Edizione italiana a cura di Giovanni Esposito, 2009

Il volume rappresenta una guida completa al management delle sponsorizzazioni sportive. A partire dallo sviluppo di una strategia appropriata, fino alla messa a punto delle operazioni di sponsorizzazione e alle analisi post-evento, esso si pone come autorevole riferimento per l'organizzazione di manifestazioni sportive, sia di piccola che di grande dimensione. Il testo contiene anche una rassegna dei riferimenti normativi che riguardano il marketing e la cessione dei diritti disponibili (televisione, radio, internet, etc.), arricchita da moltissimi casi di studio sport-specifici.