

BIBLIOGRAFÍA

□ Libros

- Arens W., 1999, *Publicidad*, (traducido de la 7ma edición de “*Contemporary Advertising*”), Estados Unidos : McGraw-Hill
- Buell V., 1966, *Marketing Management in Action* (1ra edición), Estados Unidos : McGraw-Hill
- Burnett J., 1996, *Promoción, Conceptos y Estrategias* (traducido de la 1ra edición de “*Marketing Management*”), Estados Unidos : McGraw-Hill
- Cravens D., Lamb C., Jr., 1983, *Strategic Marketing, Cases and Applications* (1ra edición), Estados Unidos □ Richard D. Irwin
- Day R., Ness T., 1962, *Marketing in Action* (3ra edición), Estados Unidos : Richard D. Irwin
- Diamond J., Pintel G., 1972, *Principles of Marketing* (1ra edición), Estados Unidos : Prentice-Hall
- Easterby-Smith M., 1991, *Management Research, An Introduction* (1ra edición), Inglaterra : SAGE Publications
- Field G., Douglas J., Tarpey L., 1966, *Marketing Management, a Behavioral Systems Approach* (15ta edición), Estados Unidos : Merrill Books
- Glaser. B., Strauss A., 1967, *The Discovery of Grounded Theory* (1ra edición), Estados Unidos : Aldine Publishing
- Heidingsfield M., Blankenship A., 1953, *Marketing, Principle and Practices, Definitions, Review Questions, Examinations, Answers* (5ta edición), Estados Unidos : Barnes & Noble
- Holtje F., 1981, *Teorías y Problemas de Mercadotecnia* (traducido de la 1ra edición de “*Marketing*”), Estados Unidos : McGraw-Hill
- Hughes G., 1978, *Mercadotecnia : Planeación Estratégica* (traducido de la 1ra edición de “*Marketing Planning*”), Estados Unidos : Addison-Wesley
- Kinnear T., Taylor J., 1998, *Investigación de Mercados* (traducido de la 5ta edición de “*Marketing Research*”), Estados Unidos : McGraw-Hill

- Kleppner O., 1988, *Manual de la Publicidad Otto Kleppner's Tomo 3* (traducido de la 9na edición de "Otto Kleppner's Advertising Procedure"), Estados Unidos : Prentice-Hall
- Kotler P., 1984, *Fundamentos de Mercadotecnia* (traducido de la 5ta edición de "Principles of Marketing"), Estados Unidos : Prentice-Hall
- Kotler P., 1988, *Dirección de la Mercadotecnia, Análisis, Planificación, Aplicación y Control* (traducido de la 7ma edición de "Marketing Management; Analysis, Planning and Control"), Estados Unidos : Addison-Wesley
- Lipson A., Darling J., 1979, *Fundamentos de Mercadotecnia, Textos y Casos* (traducido de la 1ra edición de "Marketing Fundamentals, Texts and Cases"), Estados Unidos : Editorial Limusa
- O'Guinn T., Allen C., Semenik R., 1999, *Publicidad* (traducido de la 1ra edición de "Advertising"), Estados Unidos : International Thomson
- Schulz D., 1983, *Fundamentos de Estrategia Publicitaria* (traducido de la 1ra edición de "Essentials of Advertising Strategy"), Estados Unidos : Crain Books
- Schulz D., Martin D., Brown W., 1984, *Strategic Advertising Campaigns* (2da edición), Estados Unidos : National Textbook Company
- Strauss A., Corbin J., 1990, *Basics of Qualitative Research : Grounded Theory Procedures and Techniques* (1ra edición), Estados Unidos : Newbury Park
- Tillman R., Kirkpatrick C., 1972, *Promotion, Persuasive Communication in Marketing* (edición revisada), Estados Unidos : Irwin-Dorsey
- Wright J., Warner D., Winter W., Jr., Zeigler S., 1962, *Advertising* (4ta edición), Estados Unidos : McGraw-Hill

□ Internet

- Borrini A., 2001, *El marketing del fútbol*, en la sección del autor del mismo nombre en el portal dedicado a la publicidad latina "AdLatina" (Argentina), <http://www.adlatina.com/html/borrini/borrini38.php3>
- Club Atlético River Plate, 2003, *Marketing e imagen institucional, y publicidad e imagen*, en la sección institucional de la página oficial del club de fútbol "River Plate" (Argentina), <http://www.carp.org.ar/html/marketing.php3>

- Club The Strongest, 2003, *Proyecto “Veinte al Tigre”*, en la sección dedicada a los socios de la página oficial del club de fútbol “The Strongest” (Bolivia), <http://www.clubthestrongest.com/elclub/infosocios.htm>
- El Día de Tenerife (2002), *El club abre sus puertas*, en la sección deportiva del periódico en línea “El Día” (España), <http://www.eldia.es/2002-08-03/jornada/jornada1.htm>
- González-Andrío G., 2001, *Seis agencias se disputan la campaña del centenario blanco*, en la sección de Empresas de la revista en línea “Expansión Directo” de España, <http://www.expansiondirecto.com/edicion/noticia/0,2458,41358,00.html>
- Les Echos, 1998, *Les clubs de Division 1 développent le merchandising à tout crin*, en la sección de casos profesionales del periódico en línea “Les Echos” (Francia), http://www.lesechos.fr/lettrespro/sport/sport_6bis/sport6s_5.html
- Shatenoy D., 1999, *OMTV, le foot a la chaîne*, en los archivos de la página del periódico en línea “L’Humanité” (Francia), <http://www.humanite.fr/journal/1999-02-16/index5441.html>

También se consultaron las páginas web de los siguientes equipos, pero que por tratarse de publicidades esporádicas de ofertas promocionales, no se pueden dar más referencias que la dirección del portal :

- Paris Saint-Germain (Francia) : www.psg.fr
- Deportivo Saprissa (Costa Rica) : www.saprissacr.com
- Racing Club Genk (Bélgica) : <http://users.skynet.be/Michael.Esch/interract-07-D.htm>