

“You’re made of what you do” impulso del deporte en la
publicidad de Nike (“You’re Made of What You Do”)

Retos

, 425-432

DOI: [10.47197/retos.v38i38.76959](https://doi.org/10.47197/retos.v38i38.76959)

Citation Report

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
1	Promover la igualdad mediante el uso de storytelling: aproximaci3n al estado de la cuesti3n a trav3s del palmar3s del festival publicitario El Sol (2018-2019). Questiones Publicitarias, 2021, 4, 63-72.	0.2	0
2	â€œJuntas imparablesâ€ femvertising como estrategia publicitaria en Nike*. Cadernos Pagu, 2021, , .	0.0	0