

PUBLICATIONS : François Colbert

Articles in Scientific Journals

Colbert, F., A. Courchesne (2012), "Critical Issues in the Marketing of Cultural Goods: The Decisive Influence of Cultural Transmission", *City, Culture and Society*, 3 (4), 275–280.

Dallaire, G., F. Colbert (2012), « Sustainable Development and Cultural Policy : Do They Make a Happy Marriage? », *ENCATC Journal of Cultural Management and Policy*, 2 (1), 6–11.

Colbert, F. (2012), "Financing the Arts : Some Issues for a Mature Market", *Megatrends Review, The International Review of Applied Economics*, Vol 9 (1), 83–97.

Bonet, LL., Colbert, F., Courchesne A., (2011), "From Creative Nations to Creative Cities : An example of center–periphery dynamic in cultural policies, *City, Culture and Society*, 2, 3–8.

St–James, Y., Colbert, F., (2011) "Staging Magic : Forty Years of Product Management at Théâtre Sans Fil", *International Journal of Arts Management*, 13 (3), Spring, 68–78.

Colbert, François, (2009), « Beyond Branding : Contemporary Marketing Challenges for Arts Organizations », *International Journal of Arts Management*, 12 (1), (Fall), 14–21.

Ouellet, J.–F. Colbert, F., Savard, M.–A., (2008), « La personnalité des salles de spectacles : Développement d'une échelle et applications », *International Journal of Arts Management*, 10 (3), (Spring).

d'Astous, A., Colbert, F., Nobert, V., (2007), « Effects of Country–Genre Congruence on the Evaluation of Movies: The Moderating Role of Critical Reviews and Moviegoers' Prior Knowledge », *International Journal of Arts Management*, 10 (1), (Fall), 45–51.

d'Astous, A., Colbert, F., Fournier, M., (2007), « Consumers' Receptivity to Brand Extension and Co–Branded Products in Arts Organizations », *Journal of Service Marketing Research*, 21 (4), p. 231–240.

d'Astous, A., Colbert, F., d'Astous, E., (2006), « The Personality of Cultural Festivals: Scale Development and Applications », *International Journal of Arts Management*, 8 (2) (Winter), 14–23.

d'Astous, A., F. Colbert, I. Mbarek, (2006), « Factors Influencing Readers' Interest in New Book Releases: An Experimental Study », *Poetics*, 34 (2), 134–147.

Colbert, F., d'Astous, A., Parmentier, M.-A., (2005) « Consumer Perception of Private Versus Public Sponsorship of the Arts », *International Journal of Arts Management*, 8 (1), (Fall), p. 48-59.

Colbert, F., d'Astous, A., Parmentier, M.-A., (2005), « Consumer Evaluation of Government Sponsorship in the Arts », *The International Journal of Cultural Policy Research*, 11 (2), (July), 215-228.

Colbert, F., d'Astous, A., Parmentier, M.-A., (2005), « La commandite des arts et de la culture par le secteur privé par opposition au secteur public : qu'en pensent les consommateurs? », *Revue Gestion*, 30 (2), été, 10-15.

d'Astous, A., R. Legoux et F. Colbert (2005), « L'utilisation de la promotion des ventes dans le contexte des arts de la scène », *Revue Gestion*, 30 (1) (Printemps), 71-77.

Colbert, F., (2005), « The Piccolo Teatro of Milan: Theatre of Europe », *International Journal of Arts Management*, 7 (3), (Spring), 66-73.

d'Astous, A., Montpetit, D., Colbert, F., (2005), « Music Piracy on the Web – How Effective Are Anti-Piracy Arguments? Evidence from the Theory of Planned Behavior », *Journal of Consumer Policy*, 28(3), 289-310.

d'Astous, A., Legoux, R., Colbert, F., (2004), « Consumer Perceptions of Promotional Offers in the Performing Arts: An Experimental Approach », *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 21 (3), 242-254.

Colbert, F., (2003), « Entrepreneurship and Leadership in Marketing the Arts », *International Journal of Arts Management*, 6 (1), (Fall), 30-39.

Colbert, F., d'Astous, A., (2003), «[La consultation de critiques de films et son impact sur la consommation](#)», *Revue Gestion*, 28 (1).

Colbert, F., (2003), « The Sydney Opera House: An Australian Icon », *International Journal of Arts Management*, 5 (2), (Winter), 69-77.

D'Astous, A., Colbert, F., (2002), « Moviegoers' Consultation of Critical Reviews: Psychological Antecedents and Consequences », *International Journal of Arts Management*, 5 (1), (Fall), 24-35.

Chapitres de livres

Colbert, F., « Management of the Arts » in *Handbook of Cultural Economics*, 2nd edition, Ruth Townse ed., Edward Elgar Publisher, 2011, p. 261-265.

Colbert, F., « Marketing the Arts » in *Handbook of Cultural Economics*, 2nd edition, Ruth Townse ed., Edward Elgar Publisher, 2011, p. 266-272.

Colbert, F., « Program Marketing », in Art and Cultural Leisure Programming, Blandy, D. et al. ed., Human Kinetics, Winter 2008.

Colbert, F., « Art Marketing Today: Challenges between Market Evolution and Oversupply » in Museen und Kulturerbe in einer globalisierten Welt, Verlag Dr. Christian Müller-Straten ed., München 2007, p. 76–80.

Colbert, F., « Unternehmertum und Führung im Marketing von Kunst und Kultur » in Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich, Elmar D. Konrad, ed., Waxmann Verlag GmbH, 2006, p. 189–204.

Colbert, F., « Tarification et marketing dans les musées » in La culture mise à Prix, L'Harmattan éditeur, Collection Gestion de la culture et du secteur non lucratif, France, 2005, p. 83–103.

Colbert, F., « Der Kulturbetrieb - Ein Systematisierungsvorschlag » in Kompendium Kulturmanagement Handbuch für Studium und Praxis, Verlag Vahlen, Germany, 2004, p 9–15.

Colbert, F., « Management of the Arts » in Handbook of Cultural Economics, Ruth Townse ed., Edward Elgar Publisher, 2003, p. 287–292.

Colbert, F., « Marketing the Arts » in Handbook of Cultural Economics, Ruth Townse ed., Edward Elgar Publisher, 2003, p. 293–300.

Colbert, F., « Subventions d'état et mécénat privé » in Musiques, une encyclopédie pour le XXI^e siècle, les éditions Actes Sud, 2003, p. 1109–1121. (Titre original : Enciclopedia della musica, Giulio Einaudi editore)

Colbert, F., « Aspects économiques de la vie musicale » in Musiques, une encyclopédie pour le XXI^e siècle, les éditions Actes Sud, 2003, p. 1123–1131. (Titre original : Enciclopedia della musica, Giulio Einaudi editore)

Colbert, F., « Marketing und Konsumentenverhalten im Bereich Kunst » in Innovatives Kulturmarketing, sous la direction de Armin Klein, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden Editor, 2002, p. 40–53.

Colbert, F. « Le marketing et la gestion des arts » in Traité de la culture, sous la direction de Denise Lemieux, Les Éditions de l'IQRC, Presses de l'Université Laval, 2002.