



La racionalidad de las decisiones publicitarias : una investigación empírica de las mayores empresas anunciantes del mundo /

Bigné Alcañiz, J. Enrique

Universidad de La Laguna, Instituto Universitario de la Empresa, 1998

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTAwMjkyNjc>

Título: La racionalidad de las decisiones publicitarias una investigación empírica de las mayores empresas anunciantes del mundo J. Enrique Bigné Alcañiz, Ana Gómez del Río Sanz

Editorial: La Laguna Universidad de La Laguna, Instituto Universitario de la Empresa 1998

Descripción física: 51 p. 22 cm

Mención de serie: Estudios (Universidad de La Laguna. Instituto Universitario de la Empresa) 98/40

Autores: Gómez del Río Sanz, Ana, coaut

Entidades: Universidad de La Laguna. Instituto Universitario de la Empresa ed

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es