



Neuromarketing in the B-to-B-sector [importance, potential and its implications for brand management /

Gentner, Friedrich

Diplomica Verlag,
2012

Neuromarketing

Industrial marketing

Branding (Marketing)

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTE3MDA1OTM>

Título: Neuromarketing in the B-to-B-sector [Recurso electrónico] importance, potential and its implications for brand management Friedrich Gentner

Editorial: Hamburg Diplomica Verlag 2012

Descripción física: v, 67 p. ill

Mención de serie: E-Libro

Nota general: Title from cover

Bibliografía: Includes bibliographical references

Detalles del sistema: Modo de acceso: World Wide Web

Fuente de adquisición directa: E-Libro

ISBN: 9783842872820 9783842822825 e-book)

Baratz Innovación Documental

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