



Persuasive signs [the semiotics of advertising /

Beasley, Ron (1945-)

Mouton de Gruyter, 2002

Advertising

Signs and symbols

Semiotics

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMTIyNzcxNjk>

Título: Persuasive signs Recurso electrónico] the semiotics of advertising by Ron Beasley, Marcel Danesi

Editorial: Berlin New York Mouton de Gruyter 2002

Descripción física: xi, 193 p. ill

Mención de serie: E-Libro Approaches to applied semiotics 4

Bibliografía: Includes bibliographical references (p. [175]-190) and index

Detalles del sistema: Modo de acceso: World Wide Web

Fuente de adquisición directa: E-Libro

ISBN: 3110173409 cloth : alk. paper) 3110173417 pbk. : alk. paper) 9783110173406 9783110888003

Autores: Danesi, Marcel (1946-)

Baratz Innovación Documental

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