



Seducing the subconscious [the psychology of emotional influence in advertising /

Heath, Robert (1947-)

Wiley, 2012

Advertising-

Emotions

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTMzODM0NTQ>

Título: Seducing the subconscious [Recurso electrónico] the psychology of emotional influence in advertising
Robert Heath

Editorial: Chichester, West Sussex Hoboken, NJ Wiley 2012

Descripción física: xi, 248 p.

Mención de serie: E-Libro

Bibliografía: Includes bibliographical references and index

Detalles del sistema: Modo de acceso: World Wide Web

Fuente de adquisición directa: E-Libro

ISBN: 9781119967620 9780470974889

Baratz Innovación Documental

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