



El proceso de elección de marca por el consumidor [incidencia de los precios de referencia y las promociones /

Álvarez Álvarez, María Begoña

Universidad de Oviedo, Servicio de Publicaciones,
2004

Recurso Electrónico

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTUzNzIzNjA>

Título: El proceso de elección de marca por el consumidor [Recurso electrónico] :] incidencia de los precios de referencia y las promociones María Begoña Álvarez Álvarez

Editorial: Oviedo Universidad de Oviedo, Servicio de Publicaciones 2004

Descripción física: 1 disco compacto ; 12 cm

Mención de serie: Tesis doctoral / Universidad de Oviedo

Nota general: Fecha en el disco y en el lomo de la caja: 2002

Tesis: Tesis-Universidad de Oviedo

Materia Entidad: Universidad de Oviedo- Tesis doctorales

Punto acceso adicional serie-Título: Tesis doctoral (Universidad de Oviedo)

Baratz Innovación Documental

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