



La creación de valor de la marca como estrategia de buen negocio corporativo /

Galán, Ignacio S.
Agúndez, Miguel Ángel
Martínez Garrido, Santiago
Sainz, Álvaro

Wolters Kluwer,
2016.

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTg2MjEwMDI>

Título: La creación de valor de la marca como estrategia de buen negocio corporativo presentado por Ignacio S. Galán; directores, Miguel Ángel Agúndez, Santiago Martínez Garrido; coordinador, Alvaro Sainz.

Editorial: Madrid Wolters Kluwer 2016.

Descripción física: 356 p.

Mención de serie: Cuadernos de derecho para ingenieros 35

ISBN: 9788490205136

Materia: Productos de marca Derecho

Materia Geográfica: España

Autores: Galán, Ignacio S. Agúndez, Miguel Ángel Martínez Garrido, Santiago Sainz, Álvaro

Baratz Innovación Documental

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