



Brand identity factors : developing a successful Islamic brand /

Alihodzic, Vedad

Anchor Academic Pub.,
2013

Libros electrónicos

Recursos electrónicos

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTk2ODk1NTk>

Título: Brand identity factors developing a successful Islamic brand Vedad Alihodzic

Editorial: Hamburg Anchor Academic Pub. 2013

Descripción física: xii, 13-104 p. il 1 recurso en línea

Mención de serie: eLibro

Nota general: "Disseminate knowledge"--Cover

Bibliografía: Incluye referencias bibliográficas

Detalles del sistema: Modo de acceso: World Wide Web

ISBN: 9783954890231 9783954895236 libro electrónico)

Materia: Brand name products- Islamic countries Branding (Marketing)- Islamic countries Product management- Islamic countries

Entidades: ProQuest (Firma)

Baratz Innovación Documental

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