



# Competitive strategy for media firms [ strategic and brand management in changing media markets /

Chan-Olmsted, Sylvia M.

L. Erlbaum Associates,  
2005

Broadcasting • Brand name products • Branding (Marketing)

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTkxNDQwNDg>

---

**Título:** Competitive strategy for media firms Recurso electrónico] :] strategic and brand management in changing media markets Sylvia M. Chan-Olmsted

**Editorial:** Mahwah, N.J. L. Erlbaum Associates 2005

**Descripción física:** xiv, 242 p. ill

**Mención de serie:** E-Libro LEA's communication series

**Bibliografía:** Includes bibliographical references and indexes

**Detalles del sistema:** Modo de acceso: World Wide Web

**Fuente de adquisición directa:** E-Libro

**ISBN:** 0805848126

**Punto acceso adicional serie-Título:** LEA's communication series

---

## Baratz Innovación Documental

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