



El patrocinio como instrumento de marketing. Análisis teórico empírico de las empresas de Málaga /

Jambrino Maldonado, Carmen

Universidad de Málaga, Secretariado de Publicaciones,
1995

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMjYzMDU4MA>

Título: El patrocinio como instrumento de marketing. Análisis teórico empírico de las empresas de Málaga Carmen Jambrino Maldonado

Editorial: Málaga Universidad de Málaga, Secretariado de Publicaciones 1995

Descripción física: 3 microfichas 11x15

Mención de serie: Tesis doctorales / Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales 141

Tesis: Tesis Univ. de Málaga, 1995. Dirigida por Dña. Francisca Parra Guerrero

ISBN: 84-7496-442-3

Materia: Patrocinio- Tesis

Baratz Innovación Documental

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