



Ética del marketing

/

Roa Castel, Francisco J.,
dir

Unión Editorial,
D.L.1999

Monografía

Recoge: El marketing necesita de una ética propia; Revisión ética de las subfunciones del marketing; Ética del marketing no empresarial; Moral profesional del investigador profesional

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMjc0NTk2Mg>

Título: Ética del marketing Francisco J. Roa (coordinador)

Editorial: Madrid Unión Editorial D.L.1999

Descripción física: 423p. 21cm

Mención de serie: Monografías DSI

Copyright/Depósito Legal: M41118-1999

ISBN: 84-7209-345-X

Materia: Marketing- Aspectos éticos

Autores: Roa Castel, Francisco J., dir

Baratz Innovación Documental

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