



Bases de la Teoría de Derecho Preventivo del Consumo en la Publicidad Digital /

Escobar Mora, Camilo Alfonso

Olejnik,
2019

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMjg4Mjg5MDI>

Título: Bases de la Teoría de Derecho Preventivo del Consumo en la Publicidad Digital Escobar Mora, Camilo Alfonso Escobar Mola ; edición al cuidado de Carlos Antonio Agurto Gonzáles, Sonia Lidia Quequejana Mamani, Benigno Choque Cuenca

Editorial: Santiago de Chile Olejnik 2019

Descripción física: 68 p. 23 cm

Mención de serie: Biblioteca de derecho privado en América Latina

Materia: Publicidad en los medios de comunicación social- Derecho y legislación Derecho de la publicidad Advertising laws

Baratz Innovación Documental

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