



El libro rojo de las marcas

Bassat, Luis

Espasa,
1999

Monografía

Según el autor "si realmente queremos entender qué es una marca, debemos empezar por preguntarnos qué significado tiene el producto en la vida del consumidor, etc"

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVlcmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMzlyMzM5OTM>

Título: El libro rojo de las marcas

Editorial: Madrid Espasa 1999

Descripción física: 253 p. 31 cm

ISBN: 84-239-9184-9

Materia: Publicidad

Baratz Innovación Documental

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