



Principios de marketing

/

Kotler, Philip

Pearson Education,
2009

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzU2Nzg4OQ>

Título: Principios de marketing Philip Kotler, Gary Armstrong ; traducción Yago Moreno Lopez; revisores técnicos, Jesús García de Madariaga y Javier Flores Zamora

Edición: 12ª ed., reimp

Editorial: Madrid Pearson Education 2009

Descripción física: XXXI, 747 p. + pár. varia il. 25 cm

Nota general: Indices

Bibliografía: Apéndices. Referencias

Copyright/Depósito Legal: BI 643-2009

ISBN: 978-84-8322-446-5

Materia: Análisis de mercado Marketing Research Marketing Marketing

Autores: Armstrong, Gary Flores Zamora, Javier, ed. lit García de Madariaga, Jesús, ed. lit

Baratz Innovación Documental

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