



Competitive strategy for media firms [strategic and brand management in changing media markets /

Chan-Olmsted, Sylvia M.

L. Erlbaum Associates,
2005

Broadcasting-

Brand name products-

Branding (Marketing)

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMTkxNDQwNDg>

Título: Competitive strategy for media firms [Recurso electrónico] :] strategic and brand management in changing media markets Sylvia M. Chan-Olmsted

Editorial: Mahwah, N.J. L. Erlbaum Associates 2005

Descripción física: xiv, 242 p. ill

Mención de serie: E-Libro LEA's communication series

Bibliografía: Includes bibliographical references and indexes

Detalles del sistema: Modo de acceso: World Wide Web

Fuente de adquisición directa: E-Libro

ISBN: 0805848126

Punto acceso adicional serie-Título: LEA's communication series

Baratz Innovación Documental

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