



La orientación al mercado y sus efectos en los resultados de la empresa /

Llonch, Joan

Universitat Autònoma, Facultat de Ciències Econòmiques i empresarials,
1993

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzExNjY4NA>

Título: La orientación al mercado y sus efectos en los resultados de la empresa Joan Llonch i Andreu

Editorial: Barcelona Universitat Autònoma, Facultat de Ciències Econòmiques i empresarials 1993

Descripción física: 1 microficha 11x15

Mención de serie: Tesis doctoral / Universitat Autònoma de Barcelona, Facultat de Ciències Econòmiques i Empresarials

Tesis: Tesis Univ. Autònoma de Barcelona, 1993. Dirigida por Joaquín Tena Millán

ISBN: 84-7929-705-0

Materia: Marketing- España- Cataluña- Tesis

Baratz Innovación Documental

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