Teoría general publicitaria

Ágora: Serie Cuadernos

Autor
Víctor Hugo Fallas Araya

Sinopsis

Este libro estudia aspectos diversos sobre el mundo de la publicidad: su historia, su desarrollo en Costa Rica, decisiones publicitarias y leyes que rigen la materia. Asimismo, ofrece casos de complejidad ética que amplían la mirada sobre esta disciplina.



VF

Sobre el autor

Víctor Hugo Fallas Araya

Impreso

Año de publicación: 2015

Presentación: A4 (Libro)

Tamaño: 27 x 21 x 1.4 cm

Número de páginas del contenido principal: 244 Páginas

ISBN13: 9789968481359

$6.500 CRC

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

E-Book

Año de publicación: 2018

Presentación: PDF (Digital: descarga y online)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 244 Páginas

ISBN13: 9789

$9 USD



Palabras clave

Didáctico; Interés general; Publicidad; Decisiones publicitarias

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen