

Les marques pour les nuls

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Les marques pour les nuls [Texte imprimé] / Bill Chiaravalle, Barbara Findlay Schenck ; adaptation française par Benoît Heilbrunn ; traduction par Nathalie Garsuault

Est une traduction de : Branding for dummies

Auteur(s) : Chiaravalle, Bill

Autre(s) auteur(s) : Schenck, Barbara Findlay

Autre(s) responsabilité(s) : Heilbrunn, Benoît (1969-....) (Adaptateur)
Garsuault, Nathalie (Traducteur)

Editeur, producteur : Paris : First éd., DL 2011
(27-Évreux; Impr. Hérissé)

Description matérielle : 1 vol. (XVIII-471 p.) : ill., couv. ill. en coul. ; 23 cm

Collection : Pour les nuls

ISBN : 978-2-7540-2127-2

EAN : 9782754021272

Appartient à la collection : Pour les nuls (Paris) 1248-4601 2011

Autres classifications : 650

Classification décimale Dewey : 658.827 23

Note(s) : La couv. porte en plus : "l'histoire des marques, créer et lancer sa marque, valoriser et protéger sa marque"

Index

Sujet - Nom commun : Marques de commerce

Nom commercial

Stratégie de marque

Image de présentation : https://bibliotheques-numeriques.defense.gouv.fr/koha/ecrans/les_marques.jpg

Text alternatif image de présentation : les_marques.jpg