

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr.           | UNINA990000163420403321   |
| Autore                  | Daly, César <1811-1893>   |
| Titolo                  | 1. : tome 2. : Maisons a loyer. 56 tav. : ill.  |
| Pubbl/distr/stampa      | Paris : Chez A. Morel et C., 1864-  |
| Descrizione fisica      | v. ; 44 cm  |
| Disciplina              | 728.094 436 1   |
| Locazione               | FINBC   |
| Collocazione            | 13 AR 3 C 25  |
| Lingua di pubblicazione | Italiano  |
| Formato                 | Materiale a stampa  |
| Livello bibliografico   | Monografia  |
| 2. Record Nr.           | UNINA990004028900403321   |
| Autore                  | Padovan, Adolfo   |
| Titolo                  | Epigrafia italiana moderna : iscrizioni onorarie e storiche, iscrizioni sepolcrali di uomini di donne di adolescenti e di bambini, iscrizioni bibliografiche e dedicatorie / Adolfo Padovan |
| Pubbl/distr/stampa      | Milano : Hoepli, 1981   |
| Edizione                | [Ripr. facs.]   |
| Descrizione fisica      | 270 p. ; 16 cm  |
| Collana                 | Manuali Hoepli ; 101  |
| Disciplina              | 451.7   |
| Locazione               | FLFBC   |
| Collocazione            | 451.7 PAD 1   |
| Lingua di pubblicazione | Italiano  |
| Formato                 | Materiale a stampa  |
| Livello bibliografico   | Monografia  |

3. Record Nr.	UNINA9910777461203321
Autore	Wang Jing <1950->
Titolo	Brand new China [[electronic resource] ] : advertising, media, and commercial culture // Jing Wang
Pubbl/distr/stampa	Cambridge, Mass., : Harvard University Press, 2008
ISBN	0-674-26823-7 0-674-04482-7
Descrizione fisica	1 online resource (xii, 411 p. ) : ill
Classificazione	85.40
Disciplina	659.10951
Soggetti	Advertising - China Marketing - China Brand name products - China
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references (p. 357-392) and index.
Nota di contenuto	Local content -- Positioning the new modern girl -- The synergy buzz and JV brands -- Storytelling and corporate branding -- Bourgeois bohemians in China? -- Hello Moto: youth culture and music marketing -- CCTV and advertising media.
Sommario/riassunto	One part riveting account of fieldwork and one part rigorous academic study, Brand New China offers a unique perspective on the advertising and marketing culture of China. Wang's experiences in the disparate worlds of Beijing advertising agencies and the U.S. academy allow her to share a unique perspective on China during its accelerated reintegration into the global market system.