

1. Record Nr.	UNISA996394439703316
Titolo	By the Queene. A proclamation for the prices of wine [[electronic resource]]
Pubbl/distr/stampa	Imprinted at London, : By Christopher Barker, printer to the Queenes most excellent Maiestie, [1580]
Descrizione fisica	1 sheet([1] p.)
Altri autori (Persone)	Elizabeth, Queen of England, <1533-1603.>
Soggetti	Wine - Prices England Proclamations Early works to 1800
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Publication date from STC. Reproduction of the original in the Bodleian Library.
Sommario/riassunto	eebo-0014

2.	Record Nr.	UNINA9910804895303321
	Autore	Labergerie, J.
	Titolo	Le Solanum Commersoni et ses variations [pomme de terre de l'Uruguay] : (variété violette) / J. Labergerie
	Pubbl/distr/stampa	Paris, : Librairie Agricole de la Maison Rustique, 1905
	Descrizione fisica	p.? ; cm?
	Disciplina	631
	Locazione	FAGBC
	Collocazione	A PAT 987
	Lingua di pubblicazione	Francese
	Formato	Materiale a stampa
	Livello bibliografico	Monografia
3.	Record Nr.	UNINA9910157692603321
	Autore	Bailon Jaime
	Titolo	Chicha power : el marketing se reinventa / / Jaime Bailon, Alberto Nicoli
	Pubbl/distr/stampa	Lima : , : Universidad de Lima, Fondo Editorial, , 2015 ©2015
	ISBN	9789972453397 9972453391
	Edizione	[Primera edicion digital.]
	Descrizione fisica	1 online resource (125 pages)
	Collana	Coleccion Investigaciones
	Disciplina	658.800985
	Soggetti	Marketing - Social aspects - Peru Economic development - Peru Migration, Internal - Peru
	Lingua di pubblicazione	Spagnolo
	Formato	Materiale a stampa
	Livello bibliografico	Monografia
	Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.

Sommario/riassunto

Los autores recrean la historia de los grupos de musica chicha, que apuestan por la mezcla de instrumentos, generos y formas de interpretacion; sistematizan el modus operandi de los agentes del mercadeo y sus organizaciones, y establecen analogias con las practicas de las empresas formales, demostrando que el contacto con la realidad y la vida cotidiana es el ingrediente principal del marketing.
