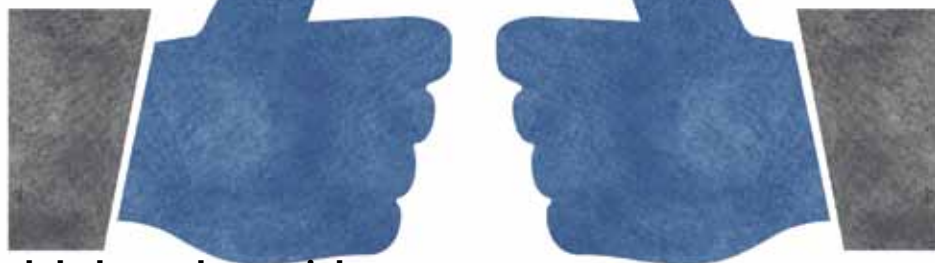


UNIVERSIA BusinessReview



El papel de las redes sociales como generadoras de “amor a la marca”

Mariola Palazón, María Sicilia y Elena Delgado

Nº 41
Primer trimestre
2014
ISSN:1698-5117

La gestión de los equipos de dirección de las joint ventures desde un enfoque de recursos humanos

Fernández-Alles, M.L. y Camelo-Ordaz, C.

Efectos de la extensión de marca de distribuidor en el eje calidad-precio

Óscar González-Benito y Mercedes Martos-Partal

Utilidad de la auditoría de cuentas: perspectiva de las PYMES en España

Javier Montoya-del-Corte, Ana Fernández-Laviada y Francisco Javier Martínez-García

Comunicación de la responsabilidad social en el sector del software libre

Jesús García-García y María Isabel Alonso de Magdalena

La publicidad en el teléfono móvil: tres grupos de clientes, veintisiete recomendaciones de actuación

M^ª Cristina Olarte-Pascual, Jorge Pelegrín-Borondo, Eva M. Reinares-Lara y M^ª Yolanda Sierra-Murillo



uni>ersia

www.universia.es

La Comunidad Educativa de las Universidades