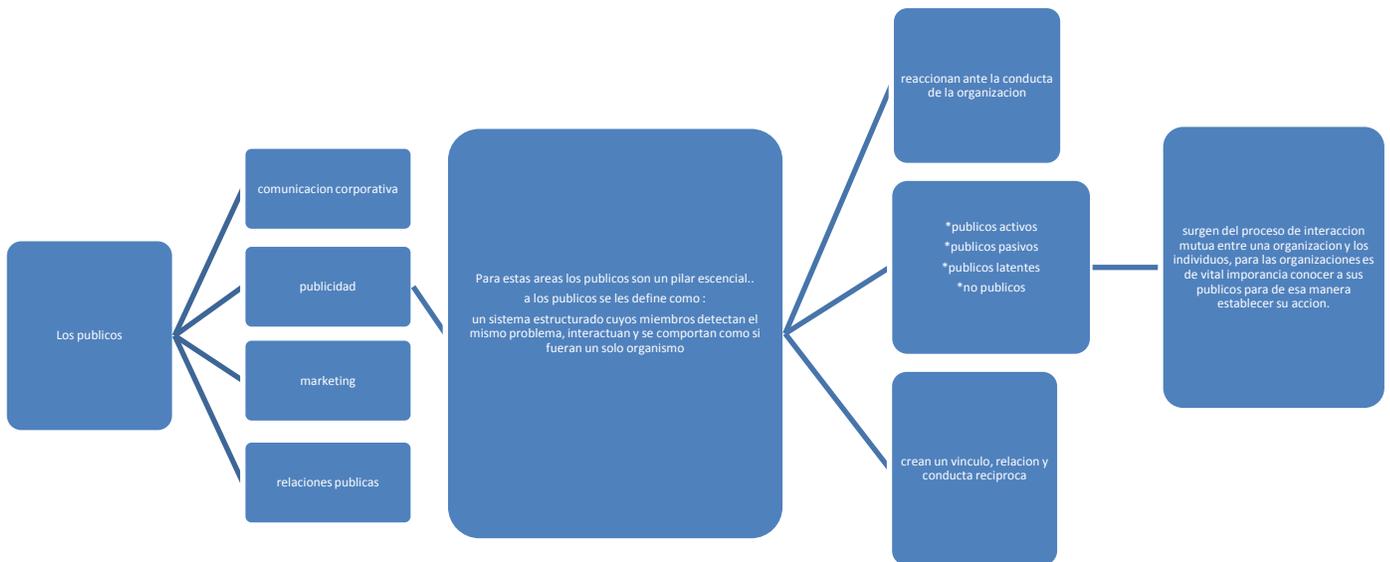


BRANDING CORPORATIVO
PAUL CAPRIOTTI

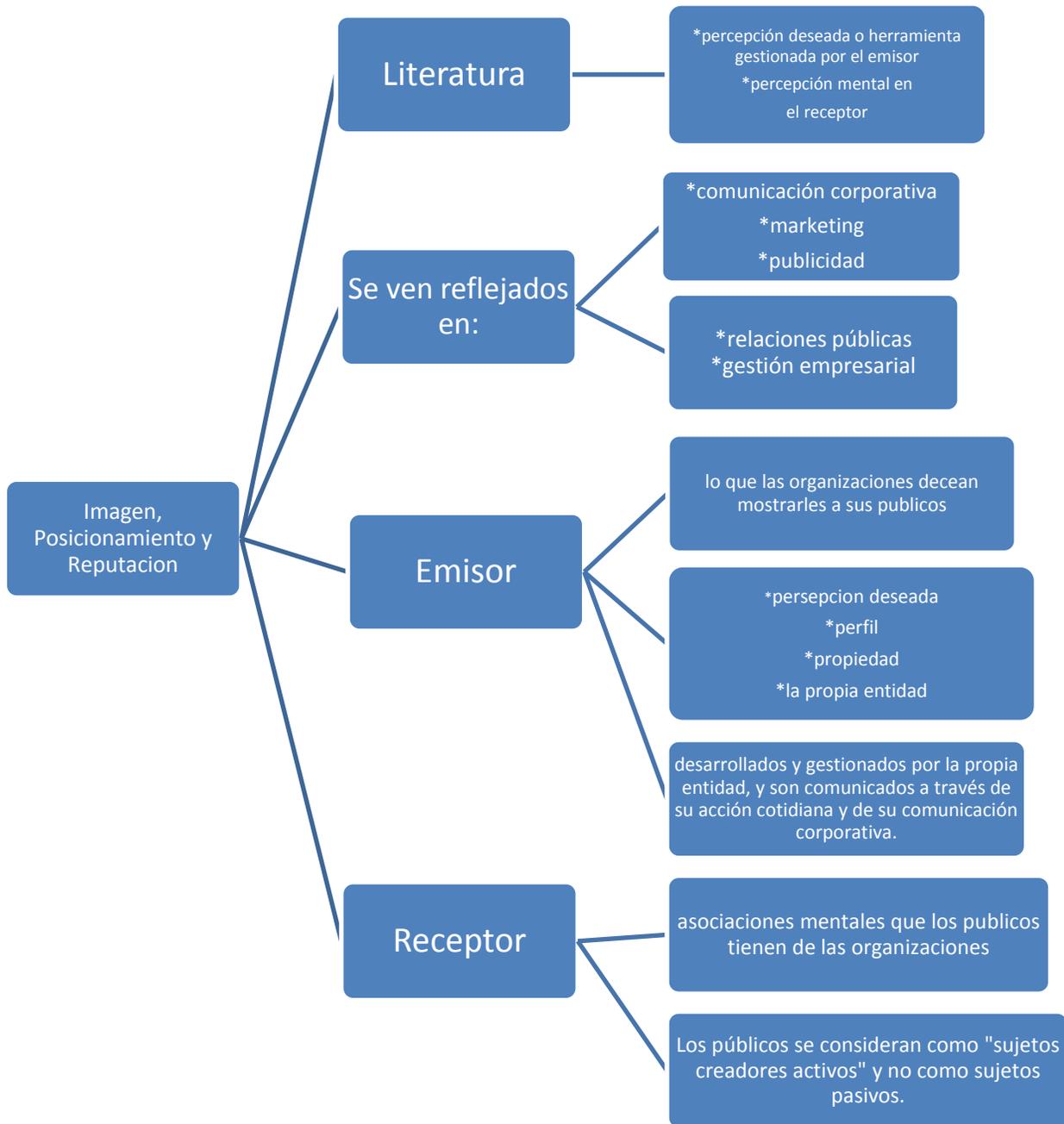
CAPITULO 3

LOS PUBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES



CAPITULO 4

Imagen, Posicionamiento y Reputación: similitudes y diferencias conceptuales



[Escribir texto]

Cedeño Lopez Maria Cristina

Franco Maciel Liliana

Comunicación Organizacional II