



Estratégia para ganhar: O Papel do Real Time Marketing, praticado no Instagram, sobre a percepção que o consumidor tem de uma marca

Estratégia para ganhar: O Papel do Real Time Marketing, praticado no Instagram, sobre a percepção que o consumidor tem de uma marca

2024 Comunicação Aplicada | Instituto Politécnico de Viseu Escola Superior de Educação de Viseu, Portugal

Inês Margarida Morais da Silva | <http://hdl.handle.net/10400.19/8623>