

Das redes sociais ao engagement: o caso de três marcas de bebidas alcoólicas
2018 [Nídia Morais] Comunicação Aplicada - Ramo Comunicação Estratégica | Instituto Politécnico de Viseu Escola Superior de Educação de Viseu, Portugal | Sandra Figueiredo Gomes | <http://hdl.handle.net/10400.19/6048>