



The ethical paradoxes of tourism

Submitted by Emmanuel Lemoine on Wed, 12/18/2013 - 16:21

Titre	The ethical paradoxes of tourism
Type de publication	Chapitre
Type	Ouvrage scientifique
Année	2012
Langue	Anglais
Pagination	97 - 108
Titre de l'ouvrage	Ethics in Marketing and Communications: Towards a Global Perspective
Auteur	Callot, Philippe [1]
Editeur	Palgrave Macmillan
ISBN	9780230358553
URL de la notice	http://okina.univ-angers.fr/publications/ua1305 [2]

Liens

[1] [http://okina.univ-angers.fr/publications?f\[author\]=1514](http://okina.univ-angers.fr/publications?f[author]=1514)

[2] <http://okina.univ-angers.fr/publications/ua1305>

Publié sur *Okina* (<http://okina.univ-angers.fr>)