

Judul:

Analisis komunikasi marketing antar budaya dalam sudut pandang dimensi antar budaya Geert Hofstede : studi terhadap iklan TV Blackberry Indonesia dan Singapura = Analysis on cross cultural marketing communications in perspective of Geert Hofstede's cultural dimension : a study of Blackberry TV ads in Singapore and Indonesia

Pengarang/Penulis:

Muhamat Riando, author

Subjek:

Advertising; Intercultural communication

Nomor Panggil:

MK-PDF

Penerbitan:

[,]

Link Terkait:

- [Deskripsi Bibliografi](#)
- [Abstrak](#)
- [Dokumen Yang Mirip](#)
- [Universitas Indonesia Library](#)