

Judul:

Strategi corporate branding melalui integrated marketing communications (IMC) di era new media = Analysis corporate branding strategy through integrated marketing communication in the age of new media

Pengarang/Penulis:

Abdul Aziz, author

Subjek:

Communication -- Marketing

Nomor Panggil:

T44690

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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