

Judul:

Analisis pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap ekuitas merek dalam strategi co-branding fast-fashion brand Hennes and Mauritz (H&M) dengan desainer high-end brand = Analysis of integrated marketing communication effect to brand equity in the case of fast-fashion brand Hennes and Mauritz (H&M) and high-end brand designer co-branding strategy

Pengarang/Penulis:

Nadia Putri Prianti, author

Subjek:

Communication in marketing; Marketing -- Management

Nomor Panggil:

MK-Pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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