

Judul:

PERAN IMC DALAM MENDISEMINASIKAN BRAND IMAGE BARU DARI PRODUK OTOMOTIF MINI DAN IMPLIKASINYA TERHADAP MILENIAL = THE ROLE OF IMC IN DISSEMINATING MINI`S AUTOMOTIVE PRODUCTS NEW BRAND IMAGE AND ITS IMPLICATIONS TOWARDS MILLENNIALS

Pengarang/Penulis:

Muhammad Bilal Syahrir, author

Subjek:

Marketing -- Communication systems -- Data processing.

Nomor Panggil:

T54091

Penerbitan:

Link Terkait:

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