

B 152.099

B e l z , Christian: Strategisches Direct Marketing.
Vom sporadischen Direct Mail zum professionellen
Database Management. Mit Fallstudien. Forschungsinst.
f. Absatz u. Handel. [Mit Abb.] - (Wien): Ueber-
reuter (1997). 400 S. 8°

ISBN 3-7064-0286-6

