

B 152.116

N i t s c h e , Martin: Micro-Marketing. Daten,  
Methoden, Praxis. Individualisiertes Massen-  
marketing; bessere Zielgruppensegmentierung...  
[Mit Abb.] - (Wien): Ueberreuter (1998).  
250 S. 8°

ISBN 3-7064-0410-9

