

Marketing: Frau

B 144.544

B a r t o s, Rena: Die Rolle der Frau als Konsumentin (Marketing to women around the world /dt./.) Spezielle Marketing-trends. (Aus d.Amerikan.v. Franz Schrapfeneder.) /Mit Abb.u.Tab./- (Wien:) Ueberreuter (1991). 392 S. 8⁰
(Manager-Magazin-Edition.)
(Harvard Business School Press management series.)
(Ueberreuter Wirtschaft.)