

Marketing: Information

C 131.482<sup>7</sup>

M u e h l b a c h e r , Hans. - Hans Mühl-  
bacher, Ingeborg Maria Weigl. Der  
Einfluß unterschiedlicher Informations-  
quellen auf die Bewertung von Produkten.  
/Illustr./ - Linz: Trauner 1979. 137 Bl.  
4<sup>0</sup>

(Marketingstudien. 7.)