

THE EFFECTS OF MILITARY ADVERTISING : EVIDENCE FROM THE ADVERTISING MIX TEST

Titre(s) : THE EFFECTS OF MILITARY ADVERTISING : EVIDENCE FROM THE ADVERTISING MIX TEST / J. N. DERTOUZOS

Auteur(s) : DERTOUZOS, J. N.

Editeur, producteur : RAND, 1989

Description matérielle : 37 p.

Autres classifications : RAPP