



Il Centro di Ricerca MADEINT della Facoltà di Economia

organizza il seminario

Il ruolo delle *community online* nella definizione della propensione all'acquisto dei prodotti made in Italy: verso il *country brand engagement*

introduce

Giada **Mainolfi**

Direttrice Scientifica MADEINT

intervengono

Letizia **Lo Presti***

Ricercatrice in Economia e Gestione delle Imprese
Università degli Studi Roma Unitelma Sapienza
(Membro aderente a MADEINT)

Vittoria **Marino***

Professoressa ordinaria di Management
Università degli Studi del Sannio
(Membro aderente a MADEINT)

discussant

Patrizia **De Luca**

Professoressa ordinaria di Marketing e Management
Università degli Studi di Trieste

9 dicembre - ore 17.30
Aula 11 & Streaming

In collaborazione con:



UnitelmaSapienza
Università degli Studi di Roma



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DEL SANNIO** Benevento



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE**