



## The effects of Fit, Culture and Trust on brand extension evaluation

Submitted by Gemma Davies on Thu, 02/22/2018 - 11:14

Titre	The effects of Fit, Culture and Trust on brand extension evaluation
Type de publication	Communication
Type	Communication sans actes dans un congrès
Année	2014
Langue	Anglais
Date du colloque	4-8/11/2014
Titre du colloque	Society for Marketing Advances Conference
Auteur	Das, Neel [1], Dotson, Mike [2], Henson, Jennifer [3], Pantin-Sohier, Gaëlle [4]
Pays	Etats-Unis
Ville	New Orleans
URL de la notice	<a href="http://okina.univ-angers.fr/publications/ua16810">http://okina.univ-angers.fr/publications/ua16810</a> [5]
Lien vers le document en ligne	<a href="http://c.ymcdn.com/sites/www.marketingadvances.org/resource/resmgr/SMA_C...">http://c.ymcdn.com/sites/www.marketingadvances.org/resource/resmgr/SMA_C...</a> [6]

---

### Liens

[1] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=28055>

[2] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=28056>

[3] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=28057>

[4] <http://okina.univ-angers.fr/gaelle.pantinsohier/publications>

[5] <http://okina.univ-angers.fr/publications/ua16810>

[6] [http://c.ymcdn.com/sites/www.marketingadvances.org/resource/resmgr/SMA\\_Conference\\_Program\\_-\\_FIN.pdf](http://c.ymcdn.com/sites/www.marketingadvances.org/resource/resmgr/SMA_Conference_Program_-_FIN.pdf)

Publié sur *Okina* (<http://okina.univ-angers.fr>)