



The influence of interactive storefront technology on affective responses and behavioral intentions

Submitted by Danielle Lecoin... on Thu, 04/13/2017 - 15:36

Titre	The influence of interactive storefront technology on affective responses and behavioral intentions
Type de publication	Communication
Type	Communication avec actes dans un congrès
Année	2017
Langue	Anglais
Date du colloque	26-29/06/2017
Titre du colloque	15th Annual International Conference on Marketing
Auteur	Lecointre-Erickson, Danielle [1], Dauce, Bruno [2], Legoherel, Patrick [3]
Pays	Grèce
Ville	Athènes
URL de la notice	http://okina.univ-angers.fr/publications/ua15869 [4]

Liens

[1] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=24715>

[2] <http://okina.univ-angers.fr/bruno.dauce/publications>

[3] <http://okina.univ-angers.fr/p.legoherel/publications>

[4] <http://okina.univ-angers.fr/publications/ua15869>

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