

# Reviewer 2015

(doi: 10.1431/82864)

Micro & Macro Marketing (ISSN 1121-4228)

Fascicolo 1, aprile 2016

**Ente di afferenza:**

()

Copyright © by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati.  
Per altre informazioni si veda <https://www.rivisteweb.it>

#### **Licenza d'uso**

Questo articolo è reso disponibile con licenza CC BY NC ND. Per altre informazioni si veda <https://www.rivisteweb.it/>

## Reviewer 2015

La Direzione e il Comitato Scientifico di «Micro & Macro Marketing» sono riconoscenti ai Referees che hanno collaborato con la Rivista nel 2015:

Giuseppe Bertoli (Università di Brescia)

Enrico Bonetti (Università Federico II, Napoli)

Cecilia Casalegno (Università di Torino)

Cinzia Castiglioni (Università Cattolica del Sacro Cuore)

Francesca Checchinato (Università di Venezia)

Guido Cristini (Università di Parma)

Veronica Gabrielli (Università di Modena e Reggio Emilia)

Laura Galuppo (Università Cattolica del Sacro Cuore)

Rossella Gambetti (Università Cattolica del Sacro Cuore)

Angelo Giraldi (Università Mercatorum)

Edoardo Lozza (Università Cattolica del Sacro Cuore)

Roberta Maeran (Università di Padova)

Amedeo Maizza (Università del Salento)

Andrea Mancini (Università di Firenze)

Maria Vittoria Marino (Università di Salerno)

Elisa Martinelli (Università di Modena e Reggio Emilia)

Umberto Martini (Università di Trento)

Francesco Massara (Iulm, Milano)

Benedetto Puglisi (Università di Catania)

Silvia Ranfagni (Università di Firenze)

Mariarosaria Savarese (Università Cattolica del Sacro Cuore)

Alfonso Siano (Università di Salerno)

Maria Vernuccio (Sapienza Università di Roma)

Donata Vianelli (Università di Trieste)

Lorenzo Zanni (Università di Siena)

