

Reception, Reception, Reception

The Effects of Receiver Context
on Advertising Effectiveness

John Karsberg

Akademisk avhandling

som för avläggande av ekonomie doktorsexamen
vid Handelshögskolan i Stockholm
framläggs för offentlig granskning
torsdagen den 8 december 2016, kl 13.15
sal 750, Handelshögskolan,
Sveavägen 65, Stockholm

