

MARKETING RELAZIONALE**Indagine dell'Università**

■ È stata affidata al Laboratorio di ricerca economica e manageriale (Larem) dell'Università di Udine a Gorizia una ricerca per studiare la domanda di prodotti promozionali da parte delle imprese italiane, con l'obiettivo di colmare, in un mercato in costante crescita, "un deficit conoscitivo - anticipa il direttore del Larem Luca Brusati - che finora ha trovato spazio limitato sia nelle trattazioni accademiche sia nelle analisi degli operatori". Il progetto prevede lo studio di un campione di 500 imprese distribuite su tutto il territorio nazionale, attraverso una rilevazione tramite interviste telefoniche che vedranno coinvolti gli studenti del corso di laurea in Relazioni pubbliche.