



0

Altro ▾

Blog successivo»

Crea blog Entra



# Blog della Biblioteca Mario Rostoni

sabato 4 maggio 2013

## Marketing cube

Gli autori descrivono l'evoluzione del marketing in Italia, che soprattutto a partire dagli anni duemila è stato influenzato dall'applicazione delle tecnologie digitali e di Internet. La prima parte del volume delinea lo sviluppo del marketing in Italia prendendo in esame specifici settori, quali quello dei servizi sanitari, delle attività culturali, dello sport, e in specifici campi, come il marketing politico e il marketing religioso. Si passa poi alla descrizione delle nuove dimensioni del marketing, tra cui il marketing relazionale e il marketing esperienziale, introducendo alcuni casi aziendali, come Illy, Ikea, Armani e soprattutto Fiat. Alcuni capitoli sono infatti dedicati al caso Fiat, che tra il 2004 e il 2005 lancia una nuova strategia di comunicazione e di promozione del brand, soprattutto con il lancio della nuova Fiat 500. Tra le linee innovative del marketing, vengono affrontate ad esempio le strategie di geomarketing, o marketing locale, volto allo sviluppo del marketing relativo ad un territorio di dimensioni ridotte e a un gruppo di consumatori locali, e, soprattutto, di digital marketing, con l'impiego di Internet e di altri strumenti ad esso collegati (blog, email, reti sociali su Internet, tra cui Facebook e Twitter). L'ultima parte riguarda applicazioni particolari del marketing, nei servizi pubblici, nel settore dell'intrattenimento e delle politiche di sostenibilità sociale da parte delle imprese.



CHERUBINI Sergio - PATTUGLIA Simonetta,  
Marketing cube: electronic, emotional, experiential.  
Milano: Egea, 2012.

### Gli argomenti del libro:

Il marketing in evoluzione; Le nuove dimensioni del marketing; Nuovi strumenti di marketing; Il marketing digitale ovvero la "digital influence"; Nuove applicazioni.

**In biblioteca**  
alla collocazione: L 658.800945 CHE MAR

Publicato da Liuc a 12:41