

MARKETING E COMUNICAZIONE Strategie, strumenti, casi pratici

Prezzo: **Regular Price** 32,90 € **Special Price** 31,26 €



Codice	9788820375560
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	19 giu 2017
Reparto	Economia, LIBRI
Autore	Masini Maurizio, Pasquini Jacopo, Segreto Giuseppe
Editore	Hoepli

Descrizione

Negli ultimi anni, in seguito all'avvento del digitale, il marketing e la comunicazione hanno conosciuto trasformazioni talmente radicali da averne cambiato in profondità gli approcci, le strategie, le tecniche. Da qui la nuova visione d'insieme che questo libro cerca di fornire. Il volume prende le mosse dalle teorie e dalle definizioni classiche, nella consapevolezza che i grandi studiosi del passato sono ancora fondamentali per comprendere oggi le dinamiche di marketing e comunicazione. I capisaldi della comunicazione d'impresa, comunque aggiornati alla luce della trasformazione digitale, sono trattati in profondità: dal branding alla pubblicità, dalle ricerche di mercato alle relazioni pubbliche, fino agli eventi. L'ultima parte ha come focus proprio l'ecosistema digitale e illustra come l'ottimizzazione delle pagine web in funzione del loro posizionamento sui motori di ricerca o il design dell'esperienza dell'utente siano, insieme a un approccio strategico ai social media, imprescindibili per chiunque voglia fare marketing e comunicazione. A partire dall'esperienza del Master in Comunicazione d'impresa dell'Università di Siena, i diversi temi sono affrontati da studiosi provenienti da numerosi atenei nazionali e internazionali, nonché da professionisti di primo piano che operano all'interno di imprese, agenzie di comunicazione e società di consulenza. Ciascun capitolo è poi arricchito da schede di approfondimento e interviste a esperti del settore. Una pluralità di voci e discipline che ha l'obiettivo di definire un framework completo, indispensabile per chi si affaccia per la prima volta al mondo del marketing e della comunicazione, ma anche per chi, in questo mondo, opera già a livello professionale.

Indice testuale

La comunicazione: paradigma teorico e modelli processuali - La comunicazione d'impresa: un approccio multidisciplinare tra reputazione e relazioni organizzative - Mercati e consumatori; l'evoluzione del marketing e il ruolo della comunicazione - Il piano di marketing - La marca. Semiotica, marketing e comunicazione - La pubblicità - Storytelling, o della narrazione - Mondi narrativi, fiction e branding (o come costruire un'imbattibile macchina testuale di transmedia) - Le ricerche di mercato - Relazioni pubbliche e Media Relation - Le PR nel crisis management - L'ufficio stampa - Gli eventi e il marketing innovativo - L'indice e il pollice. Breve storia dei media dalla stampa a Internet - Il digital marketing: strategie e tecniche - Inbound marketing - Marketing e social media: un approccio strategico - I social media nelle PMI - Search Engine Optimization (SEO) - User Experience Design - Comunicazione pubblica digitale - Trasformazione Digitale e nuovi modelli di business - Digital Strategy.

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546

oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

