

SOCIETING. Il marketing nella società postmoderna

Prezzo: **Prezzo di listino**
35,00 € **Prezzo a te riservato**
33,25 €

Codice	9788823832398
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	7 mag 2009
Reparto	Economia, LIBRI
Autore	G.P. Fabris
Edizione	2
Editore	Egea

Descrizione

Il marketing si trova a operare in un contesto profondamente diverso dall'epoca che lo ha visto nascere e affermarsi: dei grandi mercati di massa, della produzione seriale, dell'uniformità dei comportamenti, della subalternità del consumatore. L'avvento della società postmoderna - la forma speciale e culturale dell'economia postindustriale - impone una profonda rivisitazione della sua filosofia e dei suoi metodi. Il marketing deve adesso applicarsi a una società dove i paradigmi e i meccanismi competitivi sono incisivamente mutati. Dove i driver all'acquisto non sono più riconducibili all'equivoca categoria del bisogno. Dove il consumo - prima e oltre che comportamento economico - è anche agire umano, sociale. Una società plasmata dalle nuove tecnologie in cui il consumatore - oggi davvero consumAttore, consumAutore, consumatoRe - va dispiegando un potere e una discrezionalità sconosciuti in passato. Un marketing che si trasforma in Societing perchè i prodotti, le marche si dematerializzano e divengono segni e simboli, i mercati luoghi di conversazione e le responsabilità sociali di chi produce, anche nei confronti di sempre nuovi stakeholder, ormai indifferibili. Spostare l'enfasi dal mercato alla società - Societing appunto - significa non solo una legittimazione sociale del marketing ma anche riattribuirgli una centralità e un'efficacia, nell'agire d'impresa, che andava smarrendo.

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

