

Tags: Neuromarketing, comunicazione e comportamenti di consumo. Principi, strumenti e applicazioni nel food and wine libro pdf download, Neuromarketing, comunicazione e comportamenti di consumo. Principi, strumenti e applicazioni nel food and wine scaricare gratis, Neuromarketing, comunicazione e comportamenti di consumo. Principi, strumenti e applicazioni nel food and wine epub italiano, Neuromarketing, comunicazione e comportamenti di consumo. Principi, strumenti e applicazioni nel food and wine torrent, Neuromarketing, comunicazione e comportamenti di consumo. Principi, strumenti e applicazioni nel food and wine leggere online gratis PDF

Neuromarketing, comunicazione e comportamenti di consumo. Principi, strumenti e applicazioni nel food and wine PDF

V. Russo



Questo è solo un estratto dal libro di Neuromarketing, comunicazione e comportamenti di consumo. Principi, strumenti e applicazioni nel food and wine. Il libro completo può essere scaricato dal link sottostante.



DOWNLOAD PDF

Autore: V. Russo
ISBN-10: 9788891712202
Lingua: Italiano
Dimensione del file: 4254 KB

DESCRIZIONE

Il Neuromarketing si offre come disciplina capace di proporre alla ricerca sui consumatori strategie e metodi utili ed efficaci per misurare l'emozione che caratterizza qualsiasi atto di consumo e ogni forma di fascinazione per spot pubblicitari, siti web, packaging di prodotti o immagini di brand. Ma come funziona il Neuromarketing? Quali principi teorici ne giustificano l'applicazione nel campo dei consumi? Quale vantaggio hanno gli studi sulla comunicazione? Su quali basi scientifiche poggiano le tecniche che utilizza? Si tratta di strategie che si integrano con le modalità d'indagine tradizionali (focus group, interviste, questionari) o che le sostituiscono? Quali sono le principali strumentazioni? Le più efficaci? E soprattutto come usarle? Il testo risponde a queste domande, partendo da una riflessione teorica sul Neuromarketing, da una sintesi della letteratura neuroscientifica relativa ai comportamenti di consumo e da esempi ripresi dagli studi nel campo del food and wine - fortemente connotati da aspetti emozionali e simbolici - e condotti presso il Centro di Ricerche di Neuromarketing Behavior and Brain Lab dell'Università di Lingue e Comunicazione IULM (nato in collaborazione con la Società Mind Room leader nel campo del biofeedback). Un volume introduttivo e completo, di supporto non solo per studenti e studiosi, ma anche per quanti già si occupano di marketing e comunicazione nella propria attività lavorativa.

COSA DICE GOOGLE DI QUESTO LIBRO?

Neuromarketing, comunicazione e comportamenti di consumo. Principi, strumenti e applicazioni nel food and wine

... «Neuromarketing, comunicazione e comportamenti di consumo. Principi, strumenti e applicazioni nel food and ... LabIULM e direttore del Master Food&Wine ...

... in "Neuromarketing, Comunicazione e Comportamenti di consumo. Principi, strumenti e applicazioni nel food and ... strumenti e applicazioni nel food and wine".

**NEUROMARKETING, COMUNICAZIONE E COMPORTAMENTI DI CONSUMO. PRINCIPI,
STRUMENTI E APPLICAZIONI NEL FOOD AND WINE**

[Leggi di più ...](#)