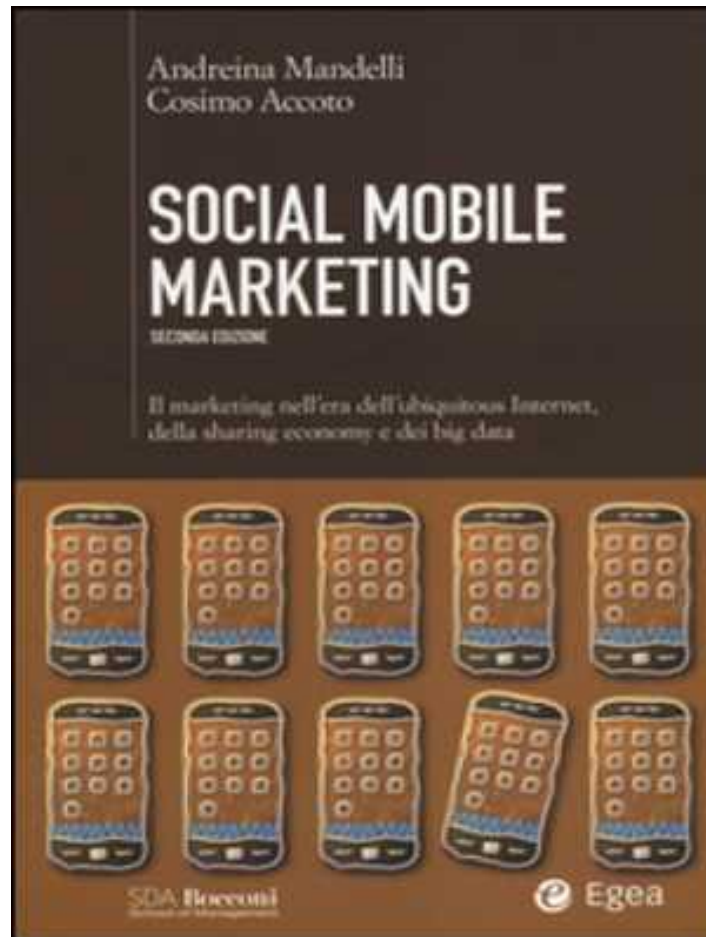


Keywords: Social mobile marketing. Il marketing nell'era dell'ubiquitous internet, della sharing economy e dei big data libro pdf download, Social mobile marketing. Il marketing nell'era dell'ubiquitous internet, della sharing economy e dei big data scaricare gratis, Social mobile marketing. Il marketing nell'era dell'ubiquitous internet, della sharing economy e dei big data epub italiano, Social mobile marketing. Il marketing nell'era dell'ubiquitous internet, della sharing economy e dei big data torrent, Social mobile marketing. Il marketing nell'era dell'ubiquitous internet, della sharing economy e dei big data leggere online gratis PDF

Social mobile marketing. Il marketing nell'era dell'ubiquitous internet, della sharing economy e dei big data PDF

Andreina Mandelli



Questo è solo un estratto dal libro di Social mobile marketing. Il marketing nell'era dell'ubiquitous internet, della sharing economy e dei big data. Il libro completo può essere scaricato dal link sottostante.



Autore: Andreina Mandelli
ISBN-10: 9788823834231
Lingua: Italiano
Dimensione del file: 4289 KB

DESCRIZIONE

Le trasformazioni indotte dalle potenzialità delle nuove tecnologie di comunicazione richiedono un ripensamento radicale nell'approccio al marketing management. Il Social Mobile Marketing (il nuovo marketing digitale) non può essere declinato come modalità specializzata e separata di marketing tecnologico o di canale, ma va concepito come un modo totalmente nuovo di fare marketing, capace di includere l'innovazione in una visione inedita della formazione e della governance dei mercati. Se i mercati sono conversazioni mediate, la tecnologia agisce nelle interazioni e nelle narrazioni di marca, mentre le relazioni si configurano come processi di "social sensemaking" che non possono essere decisi e analizzati distinguendo per canale o per media. La diffusione dei social media e delle tecnologie ubiqua e immersive (dalla telefonia mobile all'Internet delle cose nei mercati, nelle organizzazioni e nelle economie collaborative) rende questi principi ancor più evidenti e richiede un cambio di passo teorico e manageriale. Ogni interazione può infatti essere "aumentata" attraverso l'utilizzo di contenuti in mobilità (e non solo in augmented reality), l'accesso e il processamento ubiquo di dati e codici per contestualizzare gli incontri, e le potenzialità di collaborazione offerte dalla portabilità dei social network.

COSA DICE GOOGLE DI QUESTO LIBRO?

Big data marketing. Creare valore nella platform economy con dati, intelligenza artificiale e IoT Andreina Mandelli ...

Buy Social mobile marketing. Il marketing nell'era dell'ubiquitous internet, della sharing economy e dei big data by Cosimo Accoto, Andreina Mandelli (ISBN ...)

Achetez et téléchargez ebook Social Mobile Marketing - II edizione: Il marketing nell'era dell'ubiquitous internet, della sharing economy e dei big data: Boutique ...

**SOCIAL MOBILE MARKETING. IL MARKETING NELL'ERA DELL'UBIQUITOUS
INTERNET, DELLA SHARING ECONOMY E DEI BIG DATA**

[Leggi di più ...](#)