

Tags: Relazioni tra impresa e individuo-consumatore. Il ruolo sociale del brand libro pdf download, Relazioni tra impresa e individuo-consumatore. Il ruolo sociale del brand scaricare gratis, Relazioni tra impresa e individuo-consumatore. Il ruolo sociale del brand epub italiano, Relazioni tra impresa e individuo-consumatore. Il ruolo sociale del brand torrent, Relazioni tra impresa e individuo-consumatore. Il ruolo sociale del brand leggere online gratis PDF

Relazioni tra impresa e individuo-consumatore. Il ruolo sociale del brand PDF

Gianpaolo Basile



Questo è solo un estratto dal libro di Relazioni tra impresa e individuo-consumatore. Il ruolo sociale del brand. Il libro completo può essere scaricato dal link sottostante.



Autore: Gianpaolo Basile
ISBN-10: 9788820458768
Lingua: Italiano
Dimensione del file: 2103 KB

DESCRIZIONE

L'obiettivo di questo lavoro è proporre - tramite l'utilizzo per analogia di teorie appartenenti a diverse discipline e filoni di studio, come quelle relative ai sistemi complessi e sociali - una lettura delle dinamiche relazionali tra l'impresa e l'individuo-consumatore. Su tali basi, dette relazioni, caratterizzate dal requisito dell'interattività, si dimostrano utili per la sopravvivenza economica e sociale se consentono all'impresa di competere e creare valore e all'individuo, per mezzo dell'acquisto dei prodotti-brand, di affermare il proprio Io e ottenere la propria Identificazione Sociale nell'ambito dei gruppi di riferimento (amici, colleghi, famiglia). La condizione di interattività risalta il ruolo sempre più attivo del consumatore-attore sociale nelle politiche di brand dell'impresa, per mezzo degli ambienti di interazione sociale come facebook, google+, ed altri. L'autore, inoltre, sulla base della teoria della costituzione della società, propone una lettura di quelle dinamiche basate sia su regole sociali, che tendono ad individuare poteri contrattuali nell'ambito delle relazioni, che su norme, il cui rispetto caratterizza condizioni di legittimazione. Il volume si rivolge agli studenti, prevalentemente umanisti ed aziendalisti, e agli studiosi di marketing e gestione d'impresa. Si propone, inoltre, di offrire stimoli metodologici anche agli operatori di marketing e comunicazione.

COSA DICE GOOGLE DI QUESTO LIBRO?

Relazioni Tra Impresa E Individuo-Consumatore è un libro di Basile Giampaolo edito da Franco Angeli a novembre 2013 ... Il ruolo sociale del brand. basile giampaolo

... Conto economico | La cultura del comunicare e l'impresa come soggetto economico, sociale, ... tra i brand e i consumatori. ... Ruolo e funzioni delle relazioni ...

L'obiettivo di questo lavoro è proporre - tramite l'utilizzo per analogia di teorie appartenenti a diverse discipline e filoni di studio, come quelle relative ai ...

RELAZIONI TRA IMPRESA E INDIVIDUO-CONSUMATORE. IL RUOLO SOCIALE DEL BRAND

[Leggi di più ...](#)