



ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING

Associata a



CONFINDUSTRIA SERVIZI
INNOVATIVI E TECNOLOGICI

2011 Appuntamenti con il MARKETING

è lieta di invitarLa all'incontro sul tema

Marketing Emozionale

tra teoria, storie di successo e progetti innovativi

martedì 8 novembre 2011 ore 15.30

Centro Congressi Università Federico II di Napoli

Biblioteca del Centro Linguistico di Ateneo

Via Partenope 36, Napoli

In collaborazione con:

Associazione
NOI
Napoli Open Innovation

Si ringrazia Federica Web Learning e l'Università Federico II per l'ospitalità

La partecipazione all'evento è gratuita

Il futuro del marketing probabilmente è nel web, nei social media e nell'interattività in ogni luogo. Ma il marketing ha anche bisogno di nutrirsi di nuove prospettive che puntino direttamente al cuore del problema, all'uomo. Il marketing, la comunicazione e le neuroscienze hanno un fondamentale punto di contatto: le emozioni

Innovare il marketing dipende sempre più dalla capacità di adottare nuovi modelli strategici che combinano discipline come le neuroscienze, il design, la filosofia, l'antropologia culturale in sistemi integrati. Ciò implica un cambiamento dell'approccio al mercato e ai consumatori con un radicale cambio di paradigma e un passaggio dal monologo dell'azienda al dialogo con i clienti e i partner. Adesso e nel futuro prossimo si parlerà sempre più di emozioni, di esperienze, di semplicità e di neuromarketing.

L'incontro, organizzato dall'AIMS Associazione Italiana Marketing in collaborazione con NOI Napoli Open Innovation, nel corso del quale sarà presentato il nuovo libro di Francesco Gallucci, Marketing emozionale e neuroscienze, Egea 2011, rappresenta l'occasione per approfondire le dinamiche del marketing emozionale e di trovare una nuova chiave di lettura per valorizzare il rapporto tra imprese e mercati. Infatti, se i consumatori, come sostiene Zygmunt Bauman, cercano nei prodotti l'affermazione della propria identità, le marche e le aziende sono strenuamente impegnate a cercare nuove conferme della propria identità e del proprio posizionamento.

Discutono del tema

Alfonso Ruffo, direttore de Il Denaro

Raffaele Cercola, ordinario di marketing strategico, Seconda Università di Napoli e Luiss Roma

Raffaele Crispino, vicepresidente AISM e CEO Project & Planning Srl

Massimo Di Tore, direttore marketing e comunicazione DR Motor Company SpA

Pasquale Popolizio, digital strategic planner, coordinatore Dipartimento di Marketing Digitale AISM,

Costantino Formica, vicepresidente NOI Napoli Open Innovation,

Conclusioni

Francesco Gallucci, autore del libro Marketing emozionale e neuroscienze, coordinatore del Dipartimento di Neuromarketing AISM e docente di marketing strategico, Politecnico di Torino

Si prega di confermare
la partecipazione alla segreteria dell'evento

AIMS
Associazione Italiana Marketing
Via Olmetto, 3 Milano
Tel : 02.863293 Fax : 02.72002889
Mail: info@aism.org



www.aism.org