LE NUOVE FRONTIERE DEL MARKETING

DAL MARKETING VIRALE AL NEUROMARKETING

Un percorso in 4 seminari per scoprire come cambiano le strategie di comunicazione e le scelte dei consumatori.

IL PROGETTO

Il marketing sta cambiando rapidamente, sotto la spinta delle nuove tecnologie, delle mutate abitudini di consumo e della trasformazione del rapporto tra consumatori e brand. Il progetto propone un percorso di approfondimento sulle nuove frontiere del marketing e sulle strategie con cui le imprese comunicano, coinvolgono e influenzano i consumatori.
Attraverso quattro seminari tematici, arricchiti da casi studio ed esempi concreti, si partirà dall'evoluzione del marketing tradizionale per arrivare al marketing virale, al Guerrilla Marketing e al neuromarketing, esplorando il ruolo delle emozioni, della percezione e dei processi decisionali nelle scelte di acquisto. Il percorso intende stimolare curiosità, spirito critico e consapevolezza, offrendo strumenti per comprendere il mercato contemporaneo e conoscere le opportunità formative e professionali del settore.

IL CALENDARIO DEGLI INCONTRI

01	**18 FEBBRAIO 2027** 09:00·11:00	**Dal Marketing tradizionale alle nuove frontiere del Marketing: un inquadramento generale**
02	**25 FEBBRAIO 2027** 09:00·11:00	**Il Marketing virale: fondamenti e psicologia delle emozioni**
03	**4 MARZO 2027** 09:00·11:00	**Il Guerrilla Marketing: idee creative e non convenzionali per conquistare l'attenzione**
04	**11 MARZO 2027** 09:00·11:00	**Il Neuromarketing: il ruolo delle neuroscienze nel comprendere i processi decisionali inconsci dei consumatori**

MODALITÀ
Online su Microsoft Teams

RELATRICE
Enrica Pavione
Docente di Management
Dipartimento di Economia

Si consiglia di partecipare a tutti e quattro i seminari: il percorso è pensato come un'esperienza organica e progressiva.

PARTECIPA AL PROGETTO

ISCRIVITI QUI – COMPILA IL MODULO ONLINE

Dipartimento di Economia · Università degli Studi dell'Insubria