

Impresa 4.0. Marketing e comunicazione digitale a 4 direzioni



In commercio dal:	01/01/2008
Pagine:	269 p.
Editore:	Pearson
Category:	Economia e diritto
EAN:	9788871925059
Anno edizione:	2008
Autore:	Franco Giacomazzi, Marco Camisani Calzolari
Collana:	FT. Prentice Hall

[Impresa 4.0. Marketing e comunicazione digitale a 4 direzioni.pdf](#)

[Impresa 4.0. Marketing e comunicazione digitale a 4 direzioni.epub](#)

Il libro propone un modello interpretativo che consiste in uno strumento per identificare le novità digitali e collocarle all'interno delle singole funzioni aziendali: il modello "a 4 direzioni". Le 4 direzioni rappresentano i principali vettori della comunicazione aziendale del messaggio e dei contenuti che si manifestano nell'impresa e nel mondo circostante: da dentro a fuori, da fuori a dentro, da dentro a dentro e da fuori a fuori. Dentro-fuori: comunicare all'esterno. Fuori-dentro strumenti per facilitare il trasporto dell'informazione all'interno dell'azienda. Dentro-dentro strumenti utili alla comunicazione interna, evoluzioni della "vecchia" intranet, ma con le grandi opportunità offerte dal concetto di partecipazione, peculiare nei nuovi strumenti. Fuori-fuori è la vera grande novità.

Comprende sia gli strumenti, sia le modalità che generano quel fenomeno tanto nuovo quanto dirompente che comprende una serie di pratiche che solo sino a qualche anno fa non erano immaginabili, dai contenuti generati dagli utenti, alla loro diffusione virale tra singoli o le communities.