

Marketing 3.0: quale futuro per la marca nell'epoca dei social media?

Pubblicato: Giovedì 19 Novembre 2015



Quale sarà il futuro della marca nell'epoca dei new media e social network? Cosa cambia nel modo di comunicare il brand? Quali scenari futuri si delineano nella comunicazione aziendale, con l'avvento del marketing 3.0?

A questa e ad altre domande vuole rispondere il convegno in programma alla **LIUC – Università Cattaneo** per il prossimo **martedì 24 novembre dalle ore 15.00, dal titolo “Marketing 3.0: il futuro della marca nell'epoca dei Social Media”**.

Questo convegno vuole approfondire il contesto attuale, in cui marketing e comunicazione vivono momenti di profondo ripensamento e si propone come stimolo concreto per approfondire le nuove logiche del mercato e il loro impatto sulle strategie di marca. Per continuare a crescere in un'economia più limitata e digitale, le aziende devono ripensare i modelli di relazione e comunicazione con il mercato, sfidando i paradigmi del passato e rimettendo il valore di brand al centro del proprio modo di agire.

Le **testimonianze di aziende eccellenti** (BMW, CheBanca!, The Walt Disney Italia, Simply Market, Mondelez, Sottilette, Zucchetti) che hanno saputo acquisire lo status di «Superbrands» ci permetteranno di esaminare come la passione e l'impegno per la valorizzazione della marca restino elementi vitali indispensabili per essere sempre nei cuori e nei sogni delle persone e ottenere il successo dei propri risultati economici. Un tema che tocca i grandi marchi ma che non “risparmia” le PMI.

L'evento si inserisce nel percorso “**Comunicazione, marketing e new media**” della Laurea in Economia Aziendale della LIUC. Un'iniziativa che si propone di approfondire un nuovo modello, il Socialing, ideato e realizzato per avere con i clienti un rapporto diretto, autentico e reciproco grazie proprio ai new media e social network. Nel corso delle lezioni, gli studenti sono chiamati ad approfondire i modelli di comunicazione e i linguaggi specifici dei diversi new media (web 3.0, social network, blog, mobile, podcast, ecc.) della comunicazione digitale e dei nuovi contesti relazionali che si vengono a creare.

Diretta Twitter su @UniLIUC con l'hashtag #liucbrands

PROGRAMMA

14.45 Registrazione

15.00 Saluto

Prof. Federico Visconti

Rettore

LIUC – Università Cattaneo

15.10 Introduzione all'incontro

Prof. Andrea Farinet

Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese LIUC – Università Cattaneo

15.20 Gli ingredienti per essere Superbrands

Prof. Sergio Tonfi

Docente di Comunicazione aziendale

LIUC – Università Cattaneo e Editor & Promoter Superbrands

15.30 Testimonianze aziendali di

Salvatore Nanni

Direttore Marketing – BMW

Luca Prina

Direttore Centrale Marketing e Comm. – CheBanca!

Monica Astuti

VP, Chief Marketing Officer – The Walt Disney Company

Paola Cucchi

Marketing Manager – Mondel?z

Paolo Bertini

Direttore Marketing – Simply Market

Luca Marchitelli

Responsabile Comunicazione – Zucchetti

17.45 Sessione di domande e risposte

18.00 Chiusura dei lavori

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it