



Il workshop si prefigge di focalizzare lo stato dell'arte in materia di marketing partendo dal livello accademico. I relatori sono tutti a contatto con il mondo universitario ma strettamente legati al mondo delle aziende.

Il workshop sarà caratterizzato dall'essere "libero". Il moderatore, presentati i relatori, darà la parola a ciascuno di loro per un tempo breve mantenendo un filo logico. La discussione si svolgerà dalle 9.30 alle 11.00 circa per poi lasciare un'oretta libera agli interventi

WORKSHOP B

MARKETHINK.

Il pensiero che salvaguarda l'ambiente.

Moderatore: Giovanni Vitulano direttore clienti GB Comunicazione

- Le authority: un modello di governo indipendente (Amedeo Levorato, presidente Ente di Bacino Padova 2)
- Strategie e operatività per la green economy (Luca Dini, Università degli Studi di Perugia, responsabile www.marketingfocus.it)
- Come modificare gli atteggiamenti dell'utente con il marketing strategico (Elisa Capozzi, Università degli Studi di Bari)
- Relazione tra atteggiamenti e scelte del consumatore verso i prodotti verdi (Giovanna Pegan, Università degli Studi di Trieste)

PAUSA

- L'importanza del WEB e le opportunità della rete (Matteo Barberi, responsabile Virtual Valley)
- Operazioni non convenzionali per una maggiore penetrazione del messaggio (Enzo Patierno, Università degli Studi di Roma la Sapienza)
- Le scelte ambientali e il rapporto con il sistema economico-finanziario (Maria Teresa Cuomo, Università degli Studi di Salerno)
- La Pubblica Amministrazione e la scelta delle strategie (Eugenio Iorio, resp. comunicazione Regione Puglia, consigliere nazionale Associazione Comunicazione Pubblica)

Testimonianze: Rappresentante TP (Associazione Tecnici pubblicitari)
Rappresentante UNICOM (Unione Nazionale Imprese di Comunicazione)

Dibattito