



Marketing e Pubblicità: dalla progettazione alle dinamiche di consumo



Seminario Facoltà di Lettere e Filosofia 5 e 6 aprile 2006



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI MESSINA
Facoltà di Lettere e Filosofia

**Corso di Laurea in
Scienze dell'Informazione:
Editoria e Giornalismo**

La partecipazione alle giornate
seminariali darà diritto
all'acquisizione di 2 crediti formativi

Per ulteriori informazioni inviare
un'e-mail a:
marco.centorrino@unime.it

Mercoledì 5 Aprile 2006

9'30 – 13'00 : Prof. Augusto D'AMICO (Aula Magna)

(docente di Economia e Gestione delle Imprese — Facoltà di Economia e Commercio — Messina)

- Il marketing: da funzione aziendale a filosofia di gestione
- Customer satisfaction e fedeltà del consumatore

14'00 – 17'00 : Prof.ssa Daniela BAGLIERI (Auditorium)

(docente di Economia e Gestione delle Imprese — Facoltà di Economia e Commercio — Messina)

- Il prodotto come paniere di attributi
- Il marketing-mix: le quattro P

Giovedì 6 Aprile 2006

9'30 – 13'00 : Prof.ssa Daniela RUPO (Aula n. 22)

(docente di Economia Aziendale — Facoltà di Economia e Commercio — Messina)

- Il mercato: caratteristiche attuali e tendenze evolutive
- Và dove ti porta il cuore: il difficile rapporto fra marketing ed etica

14'00 – 15'30 : Prof. Marco CENTORRINO (Aula Magna)

(docente di Sociologia della Comunicazione — Facoltà di Lettere e Filosofia — Messina)

- La pubblicità: l'evoluzione storica
- La pubblicità: i modelli di ricezione e le dinamiche sociali di consumo

15'30 – 17'00 : Prof. Augusto D'AMICO (Aula Magna)

(docente di Economia e Gestione delle Imprese — Facoltà di Economia e Commercio — Messina)

- Una storia di pubblicità: Barilla