

Keywords: Eventi e strategie di marketing territoriale. Gli attori, i processi e la creazione di valore libro pdf download, Eventi e strategie di marketing territoriale. Gli attori, i processi e la creazione di valore scaricare gratis, Eventi e strategie di marketing territoriale. Gli attori, i processi e la creazione di valore epub italiano, Eventi e strategie di marketing territoriale. Gli attori, i processi e la creazione di valore torrent, Eventi e strategie di marketing territoriale. Gli attori, i processi e la creazione di valore leggere online gratis PDF

---

## Eventi e strategie di marketing territoriale. Gli attori, i processi e la creazione di valore PDF

Raffaele Cercola



*Questo è solo un estratto dal libro di Eventi e strategie di marketing territoriale. Gli attori, i processi e la creazione di valore. Il libro completo può essere scaricato dal link sottostante.*



Autore: Raffaele Cercola  
ISBN-10: 9788891741530  
Lingua: Italiano  
Dimensione del file: 1706 KB

## DESCRIZIONE

Sempre più spesso i "policy makers" di regioni e città confidano nell'organizzazione di un evento per ridisegnare la mappa urbana, risollevare aree marginali, costruire nuove infrastrutture, accelerare processi di cambiamento e attrarre investimenti; in altre parole, allo scopo di creare valore per il territorio. Se per un verso effettivamente l'organizzazione di un evento può contribuire sensibilmente al raggiungimento di tali finalità, per altro verso, non va sottovalutato il rischio di attribuire agli eventi un potere taumaturgico e un'improbabile capacità di "trasformare" il destino di una città. Questo lavoro, intende quindi analizzare in che modo e in quali condizioni un evento può "realmente" innescare meccanismi di creazione di valore determinanti per lo sviluppo locale, in una prospettiva non solo economica, ma anche ambientale, culturale, sociale. In particolare, il testo parte con la descrizione degli elementi costitutivi di un evento, con una loro classificazione e con un inquadramento degli stessi nell'ambito degli strumenti del marketing territoriale; successivamente esamina il ruolo e i possibili contributi che le diverse tipologie di eventi possono apportare alle strategie di marketing territoriale; quindi si sofferma sull'analisi del network del "sistema evento", sulla sua composizione, sui ruoli degli attori e sulle relazioni esistenti tra di essi; infine approfondisce le problematiche connesse alla valutazione degli eventi ed alla misurazione dei differenti impatti che essi possono generare, sempre adottando il punto di vista della strategia territoriale. In tutto il volume gli autori hanno cercato di bilanciare analisi e considerazioni di carattere teorico con numerosi casi ed esperienze provenienti dalla realtà, con l'obiettivo di rendere il volume interessante sia per gli studiosi della disciplina, sia per i soggetti, pubblici e privati, impegnati nell'organizzazione e nella gestione di eventi, sia naturalmente per gli studenti di corsi universitari e master dedicati ai temi del marketing territoriale e delle strategie di sviluppo locale event-based.

## **COSA DICE GOOGLE DI QUESTO LIBRO?**

Eventi e strategie di marketing territoriale Gli attori, i processi e la creazione di valore Nuova edizione  
FrancoAngeli La passione per le conoscenze

Encuentra Eventi e strategie di marketing territoriale. Gli attori, i processi e la creazione di valore  
(Economia e management) de Raffaele Cercola, Francesco Izzo ...

DAL MARKETING TERRITORIALE AL MANAGEMENT DEGLI EVENTI. 2 ... creazione di va  
Processo di marketing ... attori del territorio, attraverso un processo retto ...

**EVENTI E STRATEGIE DI MARKETING TERRITORIALE. GLI ATTORI, I PROCESSI E LA  
CREAZIONE DI VALORE**

[Leggi di più ...](#)