FITZCARRALDO
FONDAZIONE

Corso di Marketing innovativo per la cultura con Alessandro Bollo

Torino 19 - 21 febbraio 2015

Un workshop intensivo per immergersi nel mondo del marketing culturale, analizzare i cambiamenti in corso nelle modalità di interazione con i pubblici, riflettere sul sistema di offerta della propria organizzazione, per comprendere e ripensare le proprie strategie. Una panoramica su approcci e strumenti, per stare al passo con le rapide trasformazioni della società di oggi.

Nell'ambito del workshop verranno forniti gli strumenti per comprendere come avere maggiore visibilità nell'arena competitiva, migliorare la credibilità e la reputazione, identificare e gestire la relazione con i pubblici, definire nuovi modi di creare valore attraverso i prodotti, nuove strategie di promozione, nuovi canali di distribuzione, differenti strategie di pricing.

Temi del corso

- Il marketing culturale e la sfida della contemporaneità;
- Il prodotto culturale: cuore della strategia di marketing;
- Segmenti, nicchie, persone: ripensare il rapporto con il pubblico;
- Modelli e strumenti di marketing innovativo;
- Il piano strategico di marketing.

Costo: 390 € + iva 22%.

Scopri tutte le agevolazioni e le offerte per partecipare a uno o più corsi.

Informazioni e iscrizioni:
Fondazione Fitzcarraldo
tel. +39 011 5099317
e-mail: training@fitzcarraldo.it

Alessandro Bollo è fondatore e responsabile Ricerca e Consulenza della Fondazione Fitzcarraldo. Ideatore e responsabile editoriale di fizz.it. È docente al Politecnico di Torino e in diversi corsi e master sui temi dei consumi culturali, del marketing e del management culturale. Ha pubblicato cinque monografie e scritto circa 30 saggi di carattere scientifico in riviste, pubblicazioni e saggi di carattere scientifico.

Luisella Carnelli è dottore di ricerca in Teoria e storia della rappresentazione drammatica, ha conseguito un Master in Imprenditoria dello spettacolo e attualmente è ricercatrice presso Fondazione Fitzcarraldo. Si occupa di studi e ricerche operative volte a soddisfare bisogni conoscitivi legati a creatività, produzione, organizzazione, valutazione e consumo di cultura. Dal 2010 si occupa di attività di ricerca e consulenza in ambito web 2.0, con particolare attenzione al digital engagement per le organizzazioni culturali.