

# FERPi

FEDERAZIONE  
RELAZIONI  
PUBBLICHE  
ITALIANA

HOME CHI SIAMO ASSOCIAZIONE SOCI COMUNICATORI



**Economia**

## Il digital marketing come fattore competitivo

Verso un approccio integrato  
"strumenti" e "strategia"

A cura di  
**Gian Luca Gregori**  
**Federica Pascucci**

**FrancoAngeli**

Ferpi > News > Il digital marketing come fattore competitivo



### Archivio **News**

2019

2018

2017

2016

2015

2014

2013

2012

2011

2010

2009

2008

2007

2006

2005

2004

### Notizie ed **Eventi**

#### Notizie - Eventi



23/10/2019

International  
Ferpi Talks: a  
confronto con  
i...



22/10/2019

L'ennesima  
"bomba  
d'acqua" non  
prevista:...

News **Facebook**

#libro

## Il digital marketing come fattore competitivo

19/10/2019

Redazione

*“Un contributo originale nell’ampio panorama editoriale del digital marketing, con “contenuti scientifici” a carattere teorico e “contenuti pratici” a carattere operativo. Case study aziendali, presentazioni di esperienze empiriche, descrizioni di strumenti e dati arricchiscono la trattazione, al fine di offrire un valido strumento utile nei processi di elaborazione e di esecuzione di una strategia di marketing digitale.”*

L'idea di fondo del presente lavoro è che l'adozione di un approccio strategico al marketing digitale non appare più una "opportunità" per le imprese, ma è ormai divenuta una "necessità". Nell'attuale contesto competitivo non può esservi un marketing efficace senza l'utilizzo di canali e di strumenti digitali; d'altro canto, non può esservi un uso efficace di questi canali e strumenti senza solide competenze e conoscenze di marketing. In altre parole, a parere di chi scrive, esiste un solo marketing che dovrebbe fare un sapiente uso dei canali e degli strumenti digitali e non, in modo sempre più integrato e sinergico: solo così esso può divenire un fattore competitivo per l'impresa.

Fondato su questa premessa, il volume ha l'obiettivo di offrire un contributo originale nell'ampio panorama editoriale del digital marketing, combinando "contenuti scientifici" a carattere teorico e "contenuti pratici" a carattere operativo. I primi hanno il fine di spiegare e far comprendere i fondamenti della disciplina del digital marketing, adottando un approccio strategico e sistemico; i secondi hanno il fine di presentare nel concreto tecniche e strumenti che le imprese possono utilmente impiegare per accrescere la loro competitività nell'attuale contesto digitale.

Case study aziendali, presentazioni di esperienze empiriche, descrizioni di strumenti e dati arricchiscono la trattazione, al fine di offrire un valido strumento utile nei processi di elaborazione e di esecuzione di una strategia di marketing digitale. Come tale, esso si rivolge sia al mondo dei practitioners - manager ed imprenditori, professionisti, ecc., interessati ad implementare in modo efficace il marketing digitale nelle proprie attività - sia agli studenti - al fine di trasferire loro le necessarie competenze.

Facebook

News **Twitter**

Tweets by Ferpi2puntozero

Eventi

### Il digital marketing come fattore competitivo

*Verso un approccio integrato "strumenti" e "strategia"*

Gian Luca Gregori, Federica Pascucci

FrancoAngeli, 2019

pp. 324, € 28,00

### Articoli Correlati



### COMMENTI

**FERPi**  
FEDERAZIONE  
RELAZIONI  
PUBBLICHE  
ITALIANA

[SITE MAP](#)

[HOME](#)

[CHI SIAMO](#)

[ASSOCIAZIONE](#)

[SOCI](#)

[COMUNICATORI](#)

#### CONTATTACI

Ferpi - Federazione  
Relazioni Pubbliche  
Italiana  
Via Lentasio, 7  
20122 - Milano  
Tel. 02 58 31 24 55  
Fax 02 58 31 33 21  
info@ferpi.it

©2008-2019 Ferpi - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana. Via  
Lentasio, 7 20122 - Milano P.IVA 10651340159 - C.F 800 76 23  
0152

[Redazione](#) | [Condizioni d'uso](#) | [Privacy Policy](#)