

“Modelli di consumo e di acquisto” è il titolo del ciclo di incontri con le aziende promosso dalla Facoltà di Economia e Giurisprudenza nell’ambito della Laurea Magistrale in Gestione d’Azienda, profilo “Marketing & Sales Management” della sede piacentina dell’Università Cattolica di Piacenza. Si tratta di un ciclo di 4 seminari manageriali, che prenderanno il via martedì 22 ottobre alle ore 14.30, con l’obiettivo di mettere in evidenza i nuovi trend che stanno qualificando le politiche di marketing e lo studio dei modelli di consumo e di acquisto nell’ambito di diversi settori e profili di impresa.

---

Per approfondire a 360 gradi questi cambiamenti, i manager coinvolti nel ciclo di seminari appartengono a realtà aziendali molto diverse tra loro: dal retailer multinazionale IKEA al distributore nazionale Conad, dalla start up digitale Caffaina Lab all’Istituto di Ricerca Internazionale Future Concept Lab.

Il filo conduttore dei seminari è rappresentato dal ruolo centrale del cittadino-consumatore nei processi di marketing delle imprese di successo, che si caratterizzano per aver saputo sviluppare modelli di business basati sulla capacità di ascolto delle esigenze cliente, sulla costruzione delle relazioni di marca e sulla innovazione delle politiche di servizio.