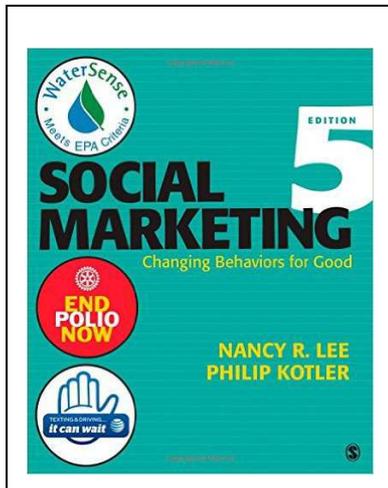


RECENSIONE



Lee N.,Kotler P.
Social Marketing: Changing for Good
Fifth Edition, SAGE Publications, 2015

Si tratta di un testo per la pianificazione e la realizzazione di programmi concepiti per influenzare il cambiamento sociale, attraverso l'applicazione dei principi del Marketing Sociale.

La quinta edizione contiene più di 26 nuovi casi di applicazione del modello di pianificazione strutturato in 10 fasi e un capitolo nuovo che descrive le principali teorie, modelli e strutture utili a chi intende progettare e realizzare interventi che utilizzino le potenzialità del marketing sociale per il cambiamento di comportamento.