

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr. | UNICAMPANIAVAN0039704 |
| Autore | Plumb, John Harold |
| Titolo | The Horizon book of the Renaissance : by the editors of Horizon magazine / J. H. Plumb ; editor in charge Richard M. Ketchum ; with biographical essays by Morris Bishop ... [et al.] |
| Pubbl/distr/stampa | New York, : American Heritage, 1961 |
| Descrizione fisica | 431 p. : ill. ; 32 cm. |
| Disciplina | 945.05 |
| Lingua di pubblicazione | Inglese |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
-
- | | |
|-------------------------|--|
| 2. Record Nr. | UNICAMPANIAVAN00259663 |
| Autore | Angelelli, Andrea |
| Titolo | Analisi finanziaria per il marketing / Andrea Angelelli |
| Pubbl/distr/stampa | Milanofiori, Assago, : Wolters Kluwer, 2017 |
| ISBN | 978-88-217-6435-6 |
| Descrizione fisica | XI, 225 p. ; 24 cm + 1 CD-ROM |
| Disciplina | 658.1 |
| Soggetti | Marketing |
| Lingua di pubblicazione | Italiano |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| Note generali | In copertina : [contiene] Reperimento dati e strumenti di analisi; indicatori sistemici; trend e indicatori reddituali e patrimoniali per il marketing; analisi del rischio commerciale; analisi della concorrenza; casi pratici |
| Sommario/riassunto | Il libro spiega come utilizzare l'analisi economico-finanziaria ai fini di un'efficace strategia di marketing. L'analisi economico-finanziaria può essere molto utile nell'analizzare, monitorare e prevedere le evoluzioni |

dei propri clienti attuali o potenziali. La chiave di un efficace utilizzo di uno strumento apparentemente “inappropriato”, perché utilizzato in altri contesti per fini del tutto diversi, non risiede nello strumento in sé, ma nell'utilizzo e nell'interpretazione dello stesso ai fini dell'obiettivo desiderato. Il testo propone delle chiavi interpretative specifiche dei risultati e illustra esempi concreti derivanti dall'esperienza diretta dell'autore. L'approccio generale del testo è pertanto operativo e non teorico. Il libro è rivolto in prima istanza agli operatori dei mercati business to business, ma riporta anche numerosi spunti utilizzabili nei mercati business to consumer. Non manca un capitolo dedicato all'analisi finanziaria per le politiche di marketing degli intermediari finanziari.
