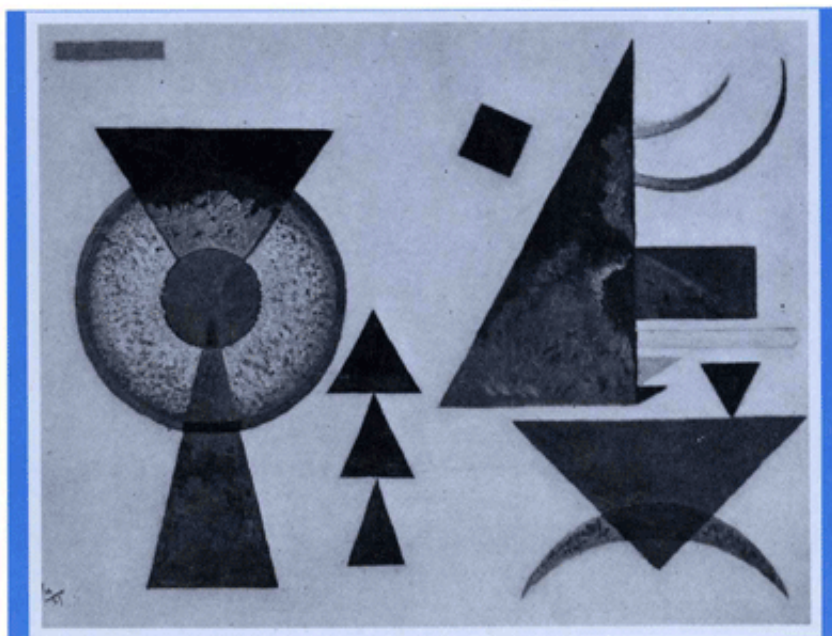


---

**I sistemi locali nell'editoria gionalistica il caso della Campania**

**I SISTEMI LOCALI  
NELL'EDITORIA GIORNALISTICA  
IL CASO DELLA CAMPANIA**



*a cura di*  
**CLELIA MAZZONI e ANDREA REA**



**Edizioni Scientifiche Italiane**

0101199000.jpg



Mazzoni Clelia - Rea Andrea

~~Prezzo~~ Not Rated Yet

Sconto

**48 h**



[Ask a question about this product](#)

Descrizione Lo sviluppo di un sistema di giornali locali è avvertita come un'esigenza pressante dalle comunità moderne, che se - per un verso - accettano la collocazione in un contesto sovranazionale, dall'altro tendono a recuperare con sempre maggiore attenzione e sensibilità la cultura del territorio come momento indispensabile per la crescita economica, politica e sociale. Il giornale locale rappresenta in molte nazioni evolute un importante elemento di contatto tra il cittadino e il territorio di riferimento; oltre a svolgere la tradizionale funzione informativa e di servizio, la lettura del giornale locale potenzia il senso di identità e di appartenenza dell'uomo alla comunità con cui si relaziona quotidianamente. Dietro l'innegabile valore della relazione individuo-testata locale si celano però articolate tematiche che rientrano nella vasta disciplina dell'economia d'impresa: il giornale è un sistema aziendale e, in quanto tale, sopravvive e si sviluppa solo a patto di affrontare e risolvere una numerosa quantità di questioni di carattere strategico, commerciale, organizzativo e produttivo. In un'economia come quella attuale, caratterizzata da fenomeni spinti di multimedialità e dalla creazione di strutture imprenditoriali reticolari, l'interpretazione di quanto accade nel sistema dell'editoria locale diventa ancor più complessa. Il volume propone uno schema di lettura dei fenomeni presenti nella filiera dell'editoria locale fondato su impianti generali che in questa occasione sono stati testati sul territorio della Campania, ma che possono essere adoperati anche su aree differenti. Il riferimento è, in particolare, alla definizione delle aree di mercato, ai processi di segmentazione dei lettori, alle possibilità strategiche delle singole testate, alle specificità della struttura economico-patrimoniale nella fase di start-up e di post-entry.

#### L'AUTORE

**Clelia Mazzoni** è professore associato di Economia e gestione delle imprese internazionali presso la Facoltà di Economia della Seconda Università degli studi di Napoli. È socio fondatore del giornale economico-finanziario «Il Denaro»; all'interno del gruppo «Il Denaro» si occupa della definizione delle strategie di sviluppo e del coordinamento scientifico dell'area Ricerche e Formazione. È autrice di numerose pubblicazioni sul settore editoriale-giornalistico, sull'analisi strategica dei mercati, sulla gestione delle imprese internazionali e sull'interpretazione sistemica delle relazioni tra imprese e macroambiente.



**www.edizioniesi.it**

Edizioni Scientifiche Italiane SpA  
00289510638  
00289510638  
Via Chiatamone, 7  
80121 Napoli  
Italia  
Napoli  
0817645443

---

**Andrea Rea** è docente dell'Area Marketing della Sda Bocconi, manager e consulente della Valdani Vicari & Associati, socio fondatore e responsabile scientifico di Comunica-learning community di imprese. Ha insegnato in diverse Università italiane ed ha svolto attività di ricerca e consulenza, oltre a varie esperienze manageriali. È autore di numerose pubblicazioni su temi di marketing, strategia, analisi della concorrenza, metodologia della ricerca e creazione d'impresa.