

Indice

Prefazione, di <i>Alberto Mattiacci</i>	9
Premessa. Dal Marketing al Societing 4.0	15
1. Superare il Marketing a Sud	21
2. Antropocene e pandemie: perché il Marketing ha esaurito la sua spinta propulsiva	29
3. Il futuro delle eccellenze	49
4. Le condizioni per un nuovo paradigma	67
5. Societing 4.0 un nuovo paradigma	85
Appendice. Il Manifesto del Societing 4.0	105
Bibliografia	107
Ringraziamenti	113