



LAB FILOSOFIA IL CLAN FORMAZIONE RISORSE SECRETS PRESS CONTATTI BE NINJA **SEGNALACI UNA NEWS!** ADV **RSS**

NinjaAcademy ROMA | OTTOBRE 2010

corso di specializzazione in NON-CONVENTIONAL & VIRAL MARKETING

[Iscriviti alla ShurikeNews](#)

[Ads by Google](#) [Marketing](#) [Viral Campaign](#) [Buzz Viral](#) [Buzz Marketers](#)

accetto non accetto
informativa sulla privacy

powered by
contactlab

[In Home Page](#)

Comunicazione e linguaggi da Giotto a Facebook in Umbria dall'1 al 5 Settembre



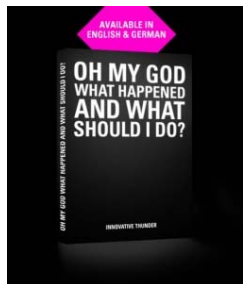
Dall'1 al 5 settembre 2010 le città di A...

Quello che abbiamo imparato quest'anno: l'evoluzione è la nostra strada



Carissimi Guerrieri, come spesso accade a fine anno lavorativo, questi giorni prima delle vacanze ci stimolano riflessioni, valutazioni, b...

Oh My God What Happened: buone vacanze con la guida all'era digitale per i marketers

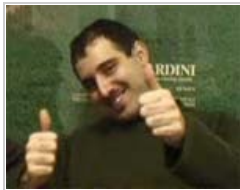


Allora cosa aspettate? Scaricate anche voi il nuovo libro creato dalla suaq...

[Articoli Correlati](#)

Contest MIP e

Incontrarsi, conoscersi e socializzare per attualizzare idee creative di artisti emergenti



Questa mattina sono stato al Marketing Reloaded al Politecnico di Milano. Interventi interessanti da parte di alcuni, un po' meno da parte di altri, ma, sicuramente, una mattinata piacevole ricca di incontri, tra cui fluido e [mini].

L'intervento che più di tutti mi ha coinvolto è stato quello di **Giuliano Noci** che – marketing a parte – ha voluto focalizzare la sua attenzione sul fatto che, comunque e sempre, la tecnologia – come d'altronde già affermava Doug Engelbart – serve prevalentemente ad **aumentare e potenziare le facoltà dell'intelletto umano**. *"Al centro di tutto c'è sempre l'umanità"*, dice Giuliano... e la socialità delle sue tribù, aggiungo io.

Ho sempre pensato che l'aspetto più bello di questo blog/osservatorio fosse – ed è – quello di far conoscere ed incontrare – *eh sì, incontrare... fisicamente, faccia faccia* – chi partecipa alla vita e della vita dello stesso.

Ho sempre pensato che l'aspetto più interessante di questo blog fosse – e sicuramente è – quello di cercare di guardare soprattutto alla strada, alle tribù, alla gente, alle persone, ai ragazzi, a chi ha veramente voglia di *mettere la faccia* e comunicare qualcosa al mondo.

Ho sempre pensato che l'aspetto più bello di NinjaMarketing fosse ed è principalmente il fatto di far incontrare e socializzare veri e propri artisti – emergenti e meno emergenti – con gli addetti ai lavori nel settore del marketing e della comunicazione che seguono

Email Marketing Tools

Try This Simple, But Powerful Email Marketing Tool. Get Free Trial.

www.iContact.com



Ads by Google

costantemente questo blog.

Forse – e tante volte – quello che deve essere colto con una semplice intuizione, senza bisogno di alcuna spiegazione né riflessione, quello che tante volte dovrebbe essere un movimento naturale e non studiato e premeditato, quello che dovrebbe essere semplicemente uno sforzo creativo per *attualizzare* un'idea, non viene percepito né interpretato.

Far conoscere ed incontrare artisti e non, addetti ai lavori e non, creativi e non, studenti e professori, recensire serate e darsi appuntamento in occasioni d'incontro come esposizioni, happening e mostre e quant'altro vuol essere un modo per portare i frequentatori di questo blog a frequentare e valorizzare anche i circuiti alternativi e underground.

Per farvi capire meglio di cosa sto parlando vi presento uno dei tanti capolavori comici dei **Gimada**, già autori, attori e protagonisti di *Fuori Sede*, la *prima sit-com online* prodotta da Studenti Media Group e messa online sulle pagine di Studenti.it.

Il video che vi presento oggi è tratto dalla **Gallery dei Gimada** – ospitata sulle pagine di **Giovani.it** – ed è stato realizzato con l'intento di dispensare consigli *saggi e utili* a tutti coloro che *vogliono diventare dei laido doc e rimorchiare tante donne* !.

Buona visione con i Gimada...

Vademecum Laido

Vuoi diventare un laido doc e rimorchiare le donne ?

sukami
212 articoli
458 commenti



0

Tweet

Share

[In Primo Piano](#)

Ad ottobre a Roma arriva il primo corso italiano in Non-Conventional & Viral Marketing con Ninja Marketing e The Viral Factory

leggi il resto

Supporter

1
Top Blogs WIKIO
Marketing
30.23 readers
BY FEEDBURNER





[Links](#)

In Primo Piano
Ninja Links
Ninja Video

[Hot Stuff](#)

[Ninja Tracks](#)

agosto 2010
luglio 2010
giugno 2010
maggio 2010
aprile 2010
marzo 2010
febbraio 2010
gennaio 2010
dicembre 2009
novembre 2009
ottobre 2009
settembre 2009
agosto 2009
luglio 2009
giugno 2009
maggio 2009
aprile 2009
marzo 2009
febbraio 2009
gennaio 2009
dicembre 2008
novembre 2008
ottobre 2008
settembre 2008
2005
2004



POLI.design: ancora pochi giorni per inviare le case histories e diventare docenti!
Una grande opportunità per i talenti della Rete: diventare docenti al MIP del Politecnico!
La comunicazione politica 2.0 in Italia: meno male che Nichi c'è!
Swatshoppe, gli artisti del video-painting
A Roma e Milano i POP Workshop di Robin Good



Di' che ti piace questo elemento prima di tutti i tuoi amici.

Se ti è piaciuto il post, ci fa piacere se lo condividi... Life is for Sharing!

[FriendFeed](#) [Facebook](#) [Tumblr](#) [Tweet Me!](#) [del.icio.us](#)

Publicato il 6 aprile 2007 - Articolo scritto da **Sukàmi** per Home Page, Tribal Marketing, User Generated Content, Web 2.0

Stampa [permalink](#) [Commenti \(2\)](#)

[Web Marketing Check Up](#)

Gratis! Per migliorare il ROI del tuo investimento in marketing

www.acrilica.com



Ads by Google

2 Commenti

Cari amici,
vi avviso sempre, non comprate il libro marketing reloaded, tanto non dice nulla di nuovo.Vi posso consigliare le fonti originarie da cui gli autori hanno copiato.
Io purtroppo l'ho acquistato, e ho visto solo un copy paste di letteratura inglese.
Io lo ribadisco sempre: questi autori, piu' che parlare di superpoteri ai clienti, dovrebbero parlare dei superpoteri dei mezzi di comunicazione del MIP, dal momento che, senza mai dire nulla di nuovo, stanno comparando su tutti i mezzi di comunicazione, dai blog, alla radio, ai magazine, alle conferenze, sempre ripetendo contenuti ALTRUI.
I signori tuttologi (che si esprimono su tutto, dal retailing, alla cocreazione, al brand) in genere tengono discorsi brevi (se troppo lunghi si vedrebbe l'impreparazione) su qualsiasi mezzo di comunicazione, e stanno dimostrando un delirio ossessivo di visibilita' e comparsa.
Sono sconcertato che una universita come il Politecnico possa promuovere persone che copiano solo contenuti altrui, e che sono dominati solo da una ossessione di onnipresenza, senza tra l'altro mai dare quel contenuto innovativo che dovrebbe venire da una universita'.
Evviva il marketing come self promotion.
Spero solo che le persone se ne accorgano, e si stanchino come ho fatto io.
Francesco

Publicato da **Frank** il maggio 20, 2007 @ 21:16 pm

[Commenta](#)

Caro Frank, i tuoi commenti mi sembrano un tantino esagerati.
Sono stato studente del MIP e ti posso dire che mi ha cambiato al vita professionale di due ordini di grandezza in meglio e come me a tanti che hanno frequentato questa scuola di business.
Per quanto riguarda Marketing Reloaded penso che sia un ottimo libro ricco di spunti interessanti.
Inoltre ho avuto modo di conoscere personalmente unio degli autori che è davvero una persona in gamba, originale con un'intelligenza veramente '2.0'.
Forse il MIP infastidisce per questo? Per la sua capacità di formare persone con una marcia in più????

Publicato da **Pier Carlo** il novembre 23, 2007 @ 19:06 pm

[Commenta](#)

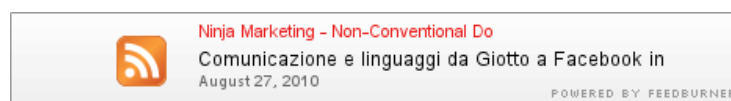
RSS feed dei commenti di questo post. [TrackBack URI](#)

Lascia un commento

Nome di battaglia (richiesto)

Mail (non verrà mostrata) (obbligatorio)

Sito



↑ [Grab this Headline Animator](#)