

MARKETING E VIDEOGIOCHI

Una introduzione

di Andrea Cuneo

START TO PLAY

di Alessandro Cavaleri

IL BUSINESS DEI VIDEOGIOCHI

Analisi economica e strategica del mercato videoludico mondiale

di Adriano D'Addessi

A GLANCE AT THIS LITTLE BIG PLANET

Il contesto geoculturale del mercato dei videogame

di Giovanni Caruso

AGLI ALBORI DEL MARKETING VIDEOLUDICO

Ingenuità, intuizioni e definizioni dei brand tra gli anni Settanta e Ottanta

di Andrea Babich

IL MARKETING E (NO)I GIORNALISTI

di Alberto Falchi

ADVERGAME E IN-GAME ADVERTISING

Il videogioco come veicolo pubblicitario

di Sonia Mendola

MODDING THE BRAND

Le pratiche di appropriazione videoludica come forme di *brand extension*

di Roberto Braga

Wii: LA RINASCITA DI NINTENDO

di Mauro Salvador

TOM CLANCY E UBISOFT

Marketing, *trade* e vendite di una lunga partnership vincente

di Luca Fassina

HALO 3

La segmentazione del target: tra mass market e core target

di Alessandro Cavaleri