LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA D’IMPRESA

Manuale giuridico teorico e pratico

a cura di Aldo Frignani, Wanya Carraro e Gianmaria D’Amico.

Prefazione di Antonio Catricalà, Presidente AGCM.

Questo nuovo contributo alla collana AIGI-Giuffrè si propone di essere, oltre che uno strumento di approfondimento di tutte le problematiche del mondo della pubblicità e della comunicazione d'impresa, anche un valido ausilio di lavoro per gli operatori pubblicitari.
Si tratta di un'opera aggiornata che tiene conto dell'evoluzione avvenuta nel mondo delle imprese con il passaggio dalle forme di pubblicità tradizionali alle nuove forme di comunicazione commerciale, sottolineando, da un lato, il diritto dell'impresa a farsi conoscere e a far conoscere i propri prodotti e, dall'altro, la sua responsabilità nel non ingannare o suscitare nei consumatori "di media diligenza" aspettative che previsionalmente verrebbero tradite.
Rivolto agli operatori del settore, e non solo, il volume, di taglio pratico-operativo, che lo rende di immediata consultazione, si caratterizza sia per il modo completo in cui esamina i temi della comunicazione d'impresa, sia per il corredo di schemi di contratto, appendici normative e analisi delle differenti clausole che ne arricchiscono i contenuti.

Costo € 50,00