

Corso di formazione Palliative Marketing III  
**Consulenza etica in marketing. Riflessioni filosofiche e implicazioni pratiche**

(settembre 2025 – gennaio 2026)

# Presentazione del corso

## Consulenza etica in marketing. Riflessioni filosofiche e implicazioni pratiche

Nel contesto odierno, segnato da crescenti crisi etiche e da una sfiducia diffusa nei confronti della comunicazione commerciale, il marketing è chiamato a una profonda riflessione sul proprio statuto epistemologico, sul proprio linguaggio e sul proprio impatto sociale. Questo corso si propone di esplorare, con approccio transdisciplinare, la possibilità di una rinnovata consulenza etica in marketing: una pratica che non si limiti a mediare interessi economici, ma che si ponga come spazio critico e trasformativo, capace di generare senso e valore in contesti organizzativi sempre più complessi.

Attraverso cinque moduli mensili, il corso affronterà temi chiave quali l'origine del pensiero etico, le principali teorie normative, il confronto tra bioetica e "markethics", il significato profondo della consulenza e la proposta del Palliative Marketing come paradigma per intendere il marketing come cura. Il percorso si rivolge a professionisti, studiosi e consulenti che desiderano sviluppare una postura riflessiva e responsabile nella propria attività.

Per partecipare al corso occorre essere soci dell'International Association of Palliative Marketing. Il corso si tiene in modalità telematica.



# Calendario del corso

## Consulenza etica in marketing. Riflessioni filosofiche e implicazioni pratiche

1. Etica ed economia  
**(30 settembre 2025, dalle ore 18 alle ore 20)**
2. Teorie etiche a confronto e Business Ethics  
**(30 ottobre 2025, dalle ore 18 alle ore 20)**
3. Bioetica e Markethics  
**(27 novembre 2025, dalle ore 18 alle ore 20)**
4. Filosofia e consulenza: cosa significa fare consulenza in marketing?  
**(18 dicembre 2025, dalle ore 18 alle ore 20)**
5. Palliative Marketing e l'urgenza di una rinnovata consulenza in marketing  
**(31 gennaio 2026, dalle ore 9 alle ore 13)**

Scadenza per invio elaborato finale: 30 aprile 2026.



# Modulo 1 – 30 settembre 2025

## Etica ed economia

Il modulo introduce i fondamenti dell'etica filosofica: quali sono le domande originarie che animano il pensiero morale? Come nasce l'idea di bene e giustizia? Dopo aver delineato l'orizzonte teorico, si esploreranno le connessioni tra valori etici e modelli economici, mostrando come libertà, responsabilità, giustizia e reciprocità trovino forme differenti all'interno delle diverse architetture economiche e politiche.



# Modulo 2 – 30 ottobre 2025

## Teorie etiche a confronto e Business Ethics

Il modulo presenta le principali teorie normative: il consequenzialismo, l'etica deontologica e l'etica della virtù. Attraverso il confronto tra questi approcci, si metteranno in luce le implicazioni pratiche e i dilemmi tipici dell'azione morale in ambito economico. Nella seconda parte sarà proposta una panoramica sulla business ethics, intesa come disciplina volta ad applicare i principi etici alla gestione d'impresa.



# Modulo 3 – 27 novembre 2025

## Bioetica e Markethics

A partire dalla tradizione bioetica e dal modello del principlialismo, il modulo invita a riflettere sul significato di “etica applicata” e sulla possibilità di declinarla nel campo del marketing. Verranno analizzati modelli emergenti come il marketing etico, il marketing trasformativo e il social marketing, interrogandosi sulla loro capacità di generare relazioni più giuste, eque e rispettose della vulnerabilità umana.



# Modulo 4 – 18 dicembre 2025

## Filosofia e consulenza: cosa significa fare consulenza in marketing?

Il quarto modulo si interroga sul significato profondo della consulenza. Cosa comporta affidarsi a un consulente? Quali forme assume la consulenza oggi? Attraverso un confronto tra l'ambito filosofico (es. counselling filosofico) e quello aziendale, si analizzeranno le posture, le pratiche e i presupposti epistemologici della consulenza in marketing. L'obiettivo è aprire uno spazio critico per ripensare l'identità del consulente come figura eticamente situata.



# Modulo 5 – 31 gennaio 2026

## Palliative Marketing e l'urgenza di una rinnovata consulenza in marketing

Nel modulo conclusivo, in forma seminariale, saranno ripercorsi i temi affrontati per giungere a una proposta concreta: ripensare la consulenza in marketing alla luce del paradigma del Palliative Marketing. Verranno presentati i tratti distintivi di una figura professionale nuova, capace di coniugare rigore analitico e sensibilità etica, cura per le relazioni e attenzione alle condizioni di vulnerabilità, in un'ottica trasformativa e sostenibile.



# Modalità e obiettivi del corso

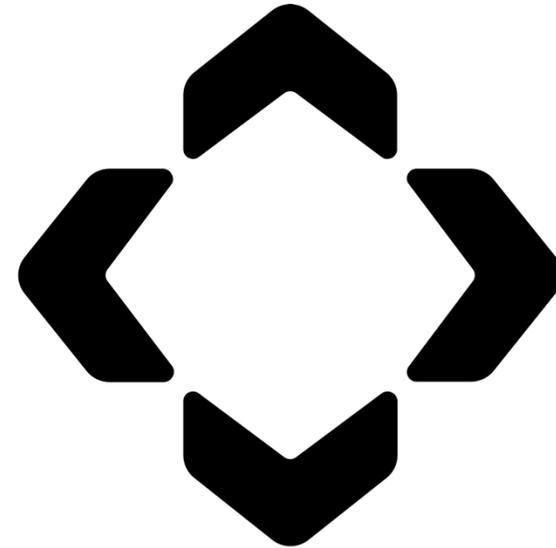
## Consulenza etica in marketing. Riflessioni filosofiche e implicazioni pratiche

Il corso non si propone come un semplice percorso trasmissivo di nozioni, ma come un laboratorio critico e formativo volto a sviluppare una postura etica e riflessiva nella pratica del marketing e della consulenza.

La modalità didattica, curata dai docenti Danilo Serra e Michele Corengia, alterna momenti teorici e dialogici, con l'obiettivo di allenare lo sguardo etico e potenziare la capacità di leggere criticamente le dinamiche del mercato e della comunicazione.

A conclusione del percorso è previsto un elaborato finale, che offrirà ai partecipanti l'opportunità di approfondire un tema trattato nel corso, con particolare attenzione alle sfide etiche emergenti nella consulenza di marketing.





**Consulenza etica in marketing. Riflessioni filosofiche e implicazioni pratiche**

[www.palliativemarketing.com](http://www.palliativemarketing.com)

[info@palliativemarketing.com](mailto:info@palliativemarketing.com)