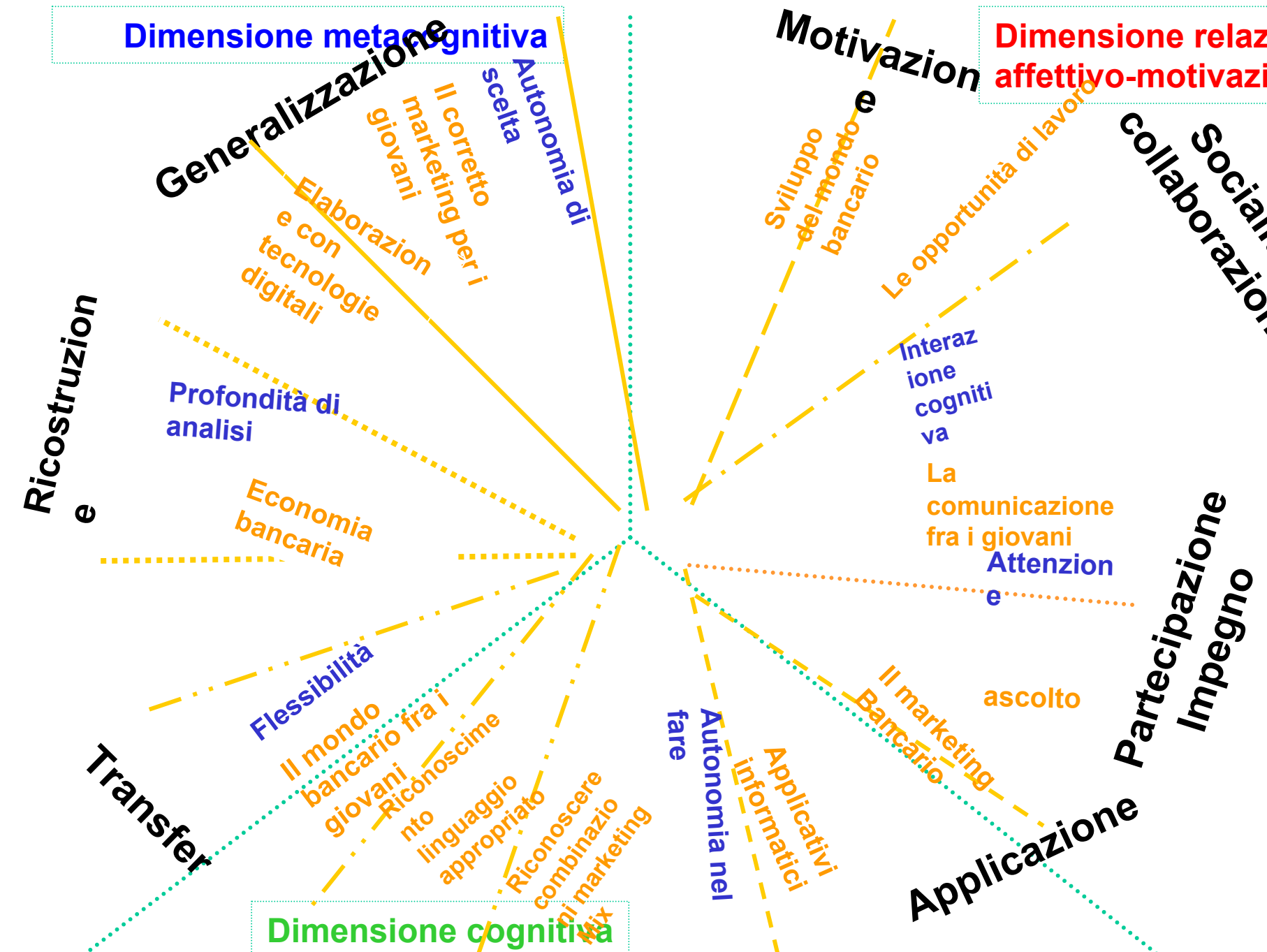
Dimensione metacognitiva
Generalizzazione
Autonomia di scelta
Il corretto marketing per i giovani
Elaborazione con tecnologie digitali
Ricostruzione
Profondità di analisi
Economia bancaria
Motivazione
Sviluppo del mondo bancario
Le opportunità di lavoro
Dimensione relazionale affettivo-motivazionale
Socializzazione collaborazione
Interazione cognitiva
La comunicazione fra i giovani
Attenzione
Partecipazione Impegno
ascolto
Il marketing Bancario
Applicativi informatici
Autonomia nel fare
Applicazione
Flessibilità
Il mondo bancario fra i giovani
Riconoscimento linguaggio appropriato
Riconoscere combinazioni marketing mix
Transfer
Dimensione cognitiva