

Cepolina, Delle Piane, "Marketing e tecnologia nei distretti tecnologici: luci ed ombre"  
Cozzi, "I rischi delle acquisizioni di medie imprese h-t: il caso Esaote"  
Lanzara, Coiro, "La sfida dei prodotti e dei mercati "inesistenti": il caso Marconi"  
Mulas, "Le prime fasi del ciclo di diffusione delle tecnologie: il caso Siemens AeD As Mes"  
Zazzerini, "Sponsorizzazione di uno standard tecnologico e gestione dei diritti di proprietà intellettuale"

### Business Marketing

*Coordinatore: Prof. Giancarlo Ferrero, Università di Urbino*

Bocconcelli, "Valore per il cliente e supply chain management: il caso Ducati"  
Cantone, Calvosa, Testa, "Tecnologie connettive e relazioni di Marketing"  
Chiarvesio, Di Maria, "Mutamenti nelle relazioni e nelle interazioni di rete nei distretti"  
Corsaro, Monaco, Nadin, Pizzoglio, "La segmentazione inversa nei mercati B2B"  
Guercini, "Le relazioni acquirente-fornitore di semilavorati tessili"  
Marcone, "Business Marketing e internazionalizzazione delle PMI italiane"  
Pagano, "Il global account management nelle imprese internazionali"  
Savelli, "Approccio network nello sviluppo di nuovi prodotti: il caso Loccioni"

### Marketing distributivo e trade Marketing: la comunicazione del/nel retailing

*Coordinatore: Prof. Gianpiero Lugli, Università di Parma*

Aiello, Donvito, "Comunicazione integrata marca-distribuzione"  
Cardinali, "Nuove forme di comunicazione della convenienza"  
Cristini, Latusi, Cardinali, "L'advertising nella distribuzione despecializzata"  
D'Amico, "La tecnologia RFID come strumento di comunicazione"  
Luceri, "Comunicazione diretta mediante self-scanner"  
Mauri, Zerbini, "I network fedeltà: effetti della loro conformazione"  
Sansone, Scafarto, "Comunicazione del/nel retailing fashion"  
Ziliani, "Mass media e new media nel retailing"

Per partecipare al convegno è necessario compilare e inviare all'organizzazione la **SCHEDA DI REGISTRAZIONE**, reperibile sul sito [www.mib.edu](http://www.mib.edu) nella sezione *Convegni e Workshop/Convegno Annuale Società Italiana Marketing*

*Nella medesima sezione sono disponibili tutte le informazioni relative alle **sistemazioni alberghiere**.*

Per informazioni:  
tel. 040 9188110 - 040 9188125  
fax 040 9188122  
[events@mib.edu](mailto:events@mib.edu)



MIB School of Management  
Largo Caduti di Nasiriya, 1 - 34142 Trieste  
tel. 040 9188111 - fax 040 9188112  
[www.mib.edu](http://www.mib.edu) - [info@mib.edu](mailto:info@mib.edu)

Secondo Convegno annuale della Società Italiana Marketing  
Trieste, 2 - 3 dicembre 2005

MIB SCHOOL OF MANAGEMENT  
SOCIETÀ ITALIANA MARKETING

# TENDENZE EVOLUTIVE DEL MARKETING DEI SERVIZI

Secondo Convegno annuale della Società Italiana Marketing

Trieste, 2 - 3 dicembre 2005

MIB School of Management - Palazzo del Ferdinando

## Venerdì 2 dicembre 2005

14.00 Registrazione dei partecipanti

15.00 Indirizzi di saluto

Vladimir Nanut - Direttore, MIB School of Management  
Riccardo Varaldo - Presidente, Società Italiana Marketing  
Riccardo Illy - Presidente, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia

### INTERVENTI

15.30

Jean-Claude Andreani - ESCP-EAP, Parigi  
"Il marketing dei servizi in Francia: situazione e prospettive"

16.00

Barbara Di Bernardo - Università di Padova  
Roberto Grandinetti - Università di Udine  
"Il ruolo dei contesti e delle esperienze nel nuovo marketing dei servizi"

16.30 *Coffee break*

16.45

Enrico Tomaso Cucchiani - Presidente e AD, Lloyd Adriatico Spa  
"Tendenze evolutive nelle strategie di marketing assicurativo"

*Discussant:*

Riccardo Varaldo - Scuola Superiore S. Anna di Pisa

17.35

Angelo Boscolo - Presidente, Boscolo Group Spa  
"Nuovi trend nel marketing turistico-alberghiero"

*Discussant:*

Maurizio Rispoli - Università Cà Foscari, Venezia

18.15

Patrizia Alfiero - Responsabile Pianificazione Strategia, TIM Brasil  
"Il marketing della telefonia mobile: un caso di successo - Tim Brasil"

*Discussant:*

Michele Costabile - Università della Calabria

18.55 Dibattito

*Moderatore: Claudio Sambri - Università di Trieste*

## Sabato 3 dicembre 2005

09.00 Sessioni parallele

SESSIONE 1

*Comportamento del consumatore*

Coordinatore: D. Dallì

SESSIONE 2

*Business Marketing*

Coordinatore: G. Ferrero

SESSIONE 3

*Comunicazioni d'impresa*

Coordinatore: U. Collesei

SESSIONE 4

*Marketing e tecnologia*

Coordinatore: G. Cozzi

SESSIONE 5

*Marketing distributivo e trade Marketing:  
la comunicazione del/nel retailing*

Coordinatore: G. Lugli

11.00 *Coffee Break*

11.30 Ripresa lavori delle sessioni parallele

12.30

Gianpiero Lugli - Presidente Esecutivo, Società Italiana Marketing  
"La Società Italiana Marketing: linee programmatiche"

13.00 **Conclusione dei lavori**

Riccardo Varaldo - Scuola Superiore S. Anna di Pisa  
Claudio Sambri - Università di Trieste

*Buffet*

## Comportamento del consumatore

*Coordinatore: Prof. Daniele Dallì, Università di Pisa*

Busacca, Bertoli, "Qualità percepita, qualità attesa e soddisfazione nei servizi universitari"

De Nisco, "L'effetto "country of origin" nel processo di scelta del consumatore"

Rossi, "Responsabilità sociale d'impresa: il punto di vista del consumatore"

Guido, Capestro, "Analisi sperimentale dell'esperienza d'acquisto"  
Mazzoni, Castaldi, Addeo, "Segmentazione multidimensionale della domanda di telefonia mobile in Italia"

Montaguti, Orsingher, "Customer satisfaction: il contributo dei modelli "mistura"

Cordiano, Scopelliti, "Ricerca sul ruolo delle influenze sociali nelle esperienze di consumo"

Tedeschi, Rubaltelli, Rubichi, Baghi, Ruminati, "L'effetto "vividness"

## Comunicazioni d'impresa

*Coordinatore: Prof. Umberto Collesei, Università Ca' Foscari, Venezia*

Collesei, "Tendenze delle ricerche sulla comunicazione nei principali Paesi europei"

de Luca, "Funzione di comunicazione del packaging: casistiche"  
Farinet, Buoli, "Lealtà, voce, protesta: le relazioni con i clienti attraverso la gestione reclami"

Latusi, Luceri, "Comunicazione per i prodotti locali a marchio territoriale pubblico"

Pellegrini, "Il punto di vendita come strumento complementare di comunicazione above the line"

Rinallo, "Redattori di moda e gatekeeping"

Vianelli, "Percezione del rischio e messaggi di comunicazione nel settore assicurativo"

Zagnoli, "Marketing dello sport: convergenza tecnologica e centralità della comunicazione"

Sambri, Pegan, "La comunicazione dei Tour Operator e le nuove istanze della domanda turistica"

## Marketing e tecnologia

*Coordinatore: Prof. Gianni Cozzi, Università di Genova*

Baglieri, "Strategie di commercializzazione di imprese biotech: teoria e casi italiani"

Benassi, "Ricerche di mercato finalizzate a conferire valore d'uso alle opportunità tecnologiche"

Bonetti, "Marketing "virale" nella diffusione di nuove tecnologie: teoria e casi"