

Master Universitario in Marketing Management  
Conference Day 2005

# Consumi e consumatori: fra crisi ed evoluzione



Master Universitario  
in Marketing Management  
Università degli Studi La Sapienza

Istituto  
Guglielmo Tagliacarne  
Via Appia Pignatelli, 62  
00178 Roma

Venerdì 8 aprile 2005

Per informazioni contattare la Segreteria Organizzativa:

**presso il Dipartimento:**

Dott.ssa Valentina Cecconi - tel. 06.4976.6243

**presso l'Istituto Tagliacarne:**

Dott.ssa Federica Ceccotti - tel. 06.780521



La risposta è già nelle domande stesse, perché, come diceva Heidegger, l'essenza dell'uomo ha la forma di una domanda.

*Milan Kundera*

La lettura del fenomeno del consumo è una delle prerogative fondamentali del marketing.

Saper vedere oltre la manifestazione del dato, proporre interpretazioni non banali, leggere il numero a sistema con indicazioni qualitative, immaginare scenari evolutivi possibili, sono le capacità fondamentali che il marketing manager deve curare.

Il calo dei consumi attuali, in questa prospettiva, non può essere etichettato semplicisticamente come crisi, ma sfida il pensiero dei manager e degli studiosi a fornirne interpretazioni aperte e multiformi.

È crisi di redditi o di consumi? Che ruolo sta giocando la nuova finanza familiare? Come invertire il trend negativo delle aspettative? Quali valori di consumo nuovi e rinnovati vanno affermandosi?

Sono, queste, alcune domande attorno alle quali ci si interrogherà e confronterà nei mesi a venire e sulle quali la comunità scientifica del Mumm intende fornire il proprio contributo d'idee.

BVLGARI Burson-Marsteller DAIMLERCHRYSLER

FATER s.p.a.

IBM

Johnson & Johnson

Ore 9,30

### Saluto

Prof. Gennaro Cuomo

*Direttore Master MUMM – Università La Sapienza*

Dott. Alfonso Feleppa

*Direttore Fondazione Istituto Guglielmo Tagliacarne*

Ore 9,45

### Introduzione ai lavori

Prof. Gaetano Golinelli

*Direttore del Dipartimento di Scienze della Gestione d'Impresa;*

Ore 10,00

### Il Master Universitario in Marketing Management.

#### Attualità e prospettive

Prof. Alberto Pastore

*Coordinatore Master MUMM – Università La Sapienza*

Ore 10,15

### Lectio magistralis

Prof. Bernard Cova

*Ordinario di Marketing – ESCP-EAP Parigi*

Ore 11,15

### Le valutazioni sui consumi dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne

Prof. Luigi Pieraccioni

*Consulente scientifico – Istituto Guglielmo Tagliacarne*

Ore 11,30

### Coffee break

Ore 11,45

### Tavola rotonda con le Imprese Guida del MUMM

Bulgari, Burson-Marsteller, DaimlerChrysler,

Fater, IBM, Johnson&Johnson

Chairman Prof. Gaetano Golinelli

Ore 12,30

### Presentazione "Best in class" del MUMM collana Giorgio Eminente

Prof. Alberto Mattiacci

*Coordinatore Didattica MUMM – Università di Siena*

Prof. Sergio Cherubini

*C.D.S. MUMM – Università Tor Vergata*

Ore 12,45

### Consegna dei diplomi Master MUMM edizione 2004

Prof. Attilio Celant

*Preside Facoltà di Economia – Università La Sapienza*

Ore 13,15

### Lunch