

Master Universitario in Marketing Management
Conference Day 2007

Il marketing nell'era della convergenza



Master Universitario
in Marketing Management
Università degli Studi La Sapienza

Università La Sapienza

Facoltà di Economia
Via del Castro Laurenziano, 9
00161 Roma

Mercoledì 9 maggio 2007

Organizzazione

Dott.ssa Barbara Amici

tel. 06.4976.6438

master.marketing@uniroma1.it



DIPARTIMENTO DI SCIENZE
DELLA GESTIONE D'IMPRESA
Università degli Studi "La Sapienza"

Il Marketing nell'era della convergenza

Co-opetition, Blur Economy, Meta-mercati, Convergenza...
...nuovi termini per rappresentare la complessità emergente negli odierni scenari competitivi, nuove sfide e nuove opportunità per il Marketing.

La rivoluzione digitale, l'evoluzione dei bisogni dei consumatori, lo sviluppo di business basati sulla connessione, la globalizzazione e l'iper-competizione appaiono tra i principali driver del fenomeno della convergenza. Non solo nei settori high tech ma anche in quelli più tradizionali, le dinamiche concorrenziali sembrano infatti sfuggire ai consueti sistemi di analisi competitiva: sfumano i confini inter-settoriali, tra mercati e aree di business, tra Paesi come pure tra valori ed esperienze ricercate dai consumatori. Rivoluzione paradigmatica o fase evolutiva di alcune industry?

Fenomeno legato prevalentemente all'innovazione nell'ambito dell'Information & Communication Technology o manifestazione di cambiamenti concorrenziali e di mercato di più vasta portata?

Attraverso il MUMM Conference Day 2007, la Faculty del Master intende stimolare un aperto confronto scientifico e manageriale volto alla definizione di un nuovo quadro interpretativo circa le dimensioni del fenomeno della convergenza, le opportunità e le minacce ad essa correlate nonché i possibili modelli di management dei business convergenti.

Imprese guida 2006/2007:

DAIMLERCHRYSLER

Burson-Marsteller



CAPITALIA
Gruppo Bancario

FATER S.p.A.

PERONI
Biscia
dal 1846

Unilever

Imprese sponsor 2006/2007:

AceaElectrabel - Ad Maiora - Banfi - Baldini Castoldi Dalai editore - British American Tobacco - Conad Pac 2000 - Gardenia - Generali - GN Research - Heidrick & Struggles - Leagas Delaney - L'Oreal - Nokia - Sony Computer Entertainment - Telethon - Xister - Young & Rubicam

Ore 9,00 **Saluto**

Prof. Attilio Celant

Preside Facoltà di Economia

Prof. Gaetano Golinelli

Direttore Dipartimento di Scienze della Gestione d'Impresa

Direttore Master MUMM - Università La Sapienza

Ore 9,15 **Introduzione ai lavori**

Prof. Alberto Pastore

Coordinatore MUMM - Università La Sapienza

Ore 9,30 **Il marketing nell'era della convergenza**

Prof. Enrico Valdani

Ordinario di Marketing - Università Bocconi - Direttore I-Lab

Ore 10,30 **Le testimonianze e le esperienze delle imprese**

Prof. Gaetano Golinelli - Chairman

Dott.ssa Elvira Carzaniga

Nokia - Marketing Manager Mobile Phones

Dott. Carlo Nardello

Rai - Direttore Marketing

Dott.ssa Pieranna Calvi

Sipra - Responsabile Marketing

e Sviluppo Pubblicità Interattiva

Dott. Andrea Cuneo

Sony Ent. - Marketing Director

Dott. Maximo Ibarra

Wind - Direttore Marketing

Ore 12,00 **Interventi e dibattito**

Ore 12,30 **Assegnazione Borsa di Studio "Gennaro Cuomo"**

Prof. Alberto Mattiacci

Coordinatore Didattica MUMM - Università di Siena

Ore 12,45 **Presentazione Terzo Volume Collana Best in Class**

Prof. Sergio Cherubini

Ordinario di Marketing - Università di Tor Vergata

Editor del volume

Ore 13,00 **Consegna dei diplomi Master ed. 2006 -**

Premiazione Best in Class 2006

Prof. Attilio Celant

Preside Facoltà di Economia - Università La Sapienza

Ore 13,30 **Lunch**