

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  
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**