

Master Universitario in Marketing Management
Conference Day 2008

Global Branding

Università La Sapienza

Facoltà di Economia
Via del Castro Laurenziano, 9
00161 Roma

Mercoledì 7 maggio 2008



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

Il Global Branding

I mercati globali dei beni e dei capitali, le strutture planetarie dei media, la mobilità degli individui provocano una crescita esponenziale degli scambi interculturali. La mondializzazione non significa solo che molti modi di vivere e di pensare stanno scomparendo, ma anche che nascono nuovi bisogni, nuove culture e stili di vita, o meglio, evoluzioni e combinazioni a volte inusuali di quanto già esistente. Per le imprese che interpretano il mondo come il loro mercato, è necessario sviluppare strategie di marca che sappiano cogliere i nuovi stimoli che provengono da dinamiche ambientali contraddittorie e interpretare creativamente le opposte istanze della globalizzazione e della localizzazione. Appare evidente, quindi, la complessità strategica della costruzione di brand globali.

Ma cosa significa global branding? Quali sono i benefici e i rischi di una strategia di branding globale? In quale relazione si pongono brand locali e globali? Domande che la business community si pone da tempo e che, tuttavia, stimolano la ricerca di risposte sempre nuove. Temi che, pur essendo dibattuti da molti anni, mostrano la loro viva attualità e per questo saranno oggetto di un confronto approfondito tra mondo accademico e delle imprese promosso dal Master Universitario in Marketing Management della Sapienza in occasione del MUMM Conference Day 2008.

Imprese guida 2007/2008:



Imprese sponsor 2007/2008:

Ad Maiora - Banfi - Baldini Castoldi Dalai Editore - British American Tobacco - Cetus - General Motors - La Gardenia - GN Research - L'Oreal - Mamadigital - Nokia - Novigos - Sony Computer Entertainment - Voxson - Xister - Young & Rubicam

- Ore 9,30 **Saluto**
Prof. Attilio Celant
Preside Facoltà di Economia
Prof. Gaetano Golinelli
Direttore Dipartimento di Scienze della Gestione d'Impresa
Direttore MUMM – Università La Sapienza
- Ore 9,45 **Introduzione ai lavori**
Prof. Alberto Pastore
Coordinatore MUMM – Università La Sapienza
- Ore 10,00 **"Global-mente. Le risorse immateriali nella competizione globale"**
Prof. Enzo Rullani
Ordinario Università Ca' Foscari
- Ore 10,45 **Le testimonianze e le esperienze delle imprese**
Prof. Gaetano Golinelli – *Chairman*
- Henkel**
Dott.ssa Maria Panajia – *Direttore Marketing*
- McDonald's**
Dott. Massimo Barbieri – *Corporate Affairs Manager*
- Fox**
Dott. Alessandro Militi – *Direttore Advertising*
- Mercedes**
Dott. Giovanni Palazzo – *Responsabile Corporate Marketing*
- Ore 12,30 **Consegna dei diplomi Master ed. 2007 – Premiazione Best in Class 2007**
Prof. Renato Guarini
Rettore – Università La Sapienza
- Ore 13,00 **Assegnazione Borsa di Studio "Gennaro Cuomo"**
Prof. Alberto Mattiacci
Coordinatore Didattica MUMM – Università di Siena
- Ore 13,15 **Presentazione Quarto Volume Collana Best in Class**
Prof. Gennaro Iasevoli
Ordinario Università Lumsa
- Ore 13,30 **Lunch**



Master Universitario
in **Marketing** Management
Università degli Studi La Sapienza

Organizzazione

Dott.ssa Barbara Amici

tel. 06.4976.6438

master.marketing@uniroma1.it