



Mercati globali e strategie  
competitive di marketing  
Luglio 2007

## FINALITÀ DEL SEMINARIO

Il seminario affronta le seguenti tematiche:

- analisi delle principali strategie competitive che si possono adottare e dei requisiti che ogni impresa deve sviluppare per avere successo nei mercati internazionali
- gestione delle principali leve del marketing mix (prodotto, prezzo, promozione, distribuzione) per affrontare i mercati internazionali
- focus su particolari mercati (es. Cina e India)

## DESTINATARI

Il seminario si rivolge a tutti coloro che operano in Area Marketing.

## ESPERTO

- **Anna Claudia Pellicelli**, Dipartimento di Economia Aziendale, Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Torino

Anna Claudia Pellicelli è Professore Associato di Marketing Strategico presso l'Università degli Studi di Torino - facoltà di Economia - dove insegna anche Marketing Internazionale e Strategie d'Impresa.

Titoli di studio: laurea in Economia e Commercio (1991), International Teacher Programme presso INSEAD (1992), Phd Università Bocconi e London Business School (1993-96), Wharton Executive Course in Competitive Marketing Strategy (2006).

Altre docenze. Università degli Studi di Milano Bicocca- Facoltà di Economia : Economia e gestione delle imprese di trasporto e delle imprese turistiche. Visiting Professor presso London Business School, Wharton University of Pennsylvania e Columbia University.

Pubblicazioni principali: La gestione dei rischi nelle imprese, ed. Giappichelli 2004; Le strategie delle imprese high tech, Giappichelli 1999; Le compagnie aeree. Economia e gestione del trasporto aereo. ed. Giuffrè 1996; Il controllo nelle imprese della grande distribuzione, ed. Giappichelli 1996.

## TESTIMONIAL

**Dott. Renato Tomasso**, Direttore Generale Pastiglie Leone.

## **MATERIALE FORNITO**

Verranno fornite le slides delle presentazioni utilizzate durante il seminario.

## **DATE**

*Chat*: Mercoledì 27 giugno 2007

*Seminario*: Venerdì 13 luglio 2007

## **SCADENZA ISCRIZIONI**

Lunedì 25 giugno 2007

## **COSTO**

Il costo del seminario è di 420.00 Euro (IVA inclusa).

La quota di iscrizione comprende la partecipazione al seminario, la consegna del materiale didattico e della restante documentazione, coffee break e pranzo, la possibilità di avere un contatto preliminare con il docente tramite chat e quella di contattare con modalità simili il docente in un momento successivo al seminario.

## **ORARIO**

9.00 – 13.00 e 14.00 – 18.00

## **SEDE**

Sala Mario Allara, Rettorato dell'Università degli Studi di Torino, via Verdi 8, Torino