

MODULO CONSUMER BEHAVIOR – PROF. Giuseppe Pedeliento			
1	22/02/2017 Mercoledì	Introduzione al corso: definizioni e warm up	<ul style="list-style-type: none"> - Presentazione del corso - Presentazione docenti - Alcuni avvisi di base - Q&A - Warm up
2	23/02/2017 Giovedì	L'evoluzione dei consumi verso il post-moderno: digressione storica e "filosofica" di un nuovo paradigma	Articoli da leggere e da discutere in aula Smithee, A. (1997). Kotler is dead!. <i>European Journal of Marketing</i> , 31(3/4), 317-325.
3	01/03/2017 Mercoledì	Consumer Culture Theory (CCT): tratti caratterizzanti, approcci, metodi e prospettive di analisi	Articoli da leggere e da discutere in aula <ul style="list-style-type: none"> - Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. <i>Journal of Consumer Research</i>, 31(4), 868-882. - Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2015). Introduction: consumer culture theory: ten years gone (and beyond). In <i>Consumer Culture Theory</i> (pp. 1-21). Emerald Group Publishing Limited.
4	02/03/2017 Giovedì	Il significato culturale dei prodotti di consumo	Articoli da leggere e da discutere in aula McCracken, G. (1986). Culture and consumption: a theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. <i>Journal of Consumer Research</i> , 13(1), 71-84.
5	09/03/2017 Giovedì	Il significato identitario del possesso	Articoli da leggere e da discutere in aula <ul style="list-style-type: none"> - Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. <i>Journal of Consumer Research</i>, 15(September), 139-168. - Wallendorf, M., & Arnould, E. J. (1988). "My favorite things": a cross-cultural inquiry into object attachment, possessiveness, and social linkage. <i>Journal of Consumer Research</i>, 14(4), 531-547.
6	15/03/2017 Mercoledì	I consumatori e i brand: il "potere" emozionale dei brand	Articoli da leggere e da discutere in aula <ul style="list-style-type: none"> - Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: developing relationship theory in consumer research. <i>Journal of Consumer Research</i>, 24(4), 343-353. - Park, C. W., MacInnis, D. J., & Priester, J. (2006). Beyond attitudes: Attachment and consumer behavior. <i>Seoul Journal of Business</i>, 12(2), 3-35
7	16/03/2017 Giovedì	Cultural strategy: un nuovo approccio alla strategia d'impresa	Materiali messi a disposizione dal docente
8	22/03/2017 Mercoledì	Iconic brands: quando i brand diventano icone	Articoli da discutere in aula <ul style="list-style-type: none"> - Kravets, O., & Öрге, Ö. (2010). Iconic Brands A Socio-Material Story. <i>Journal of Material Culture</i>, 15(2), 205-232.

			- Holt, D. B. (2006). Jack Daniel's America Iconic brands as ideological parasites and proselytizers. <i>Journal of Consumer Culture</i> , 6(3), 355-377.
9	23/03/2017 Giovedì	Brand storytelling: da un approccio manageriale ad un approccio cultural based	Materiali messi a disposizione dal docente Testimonianza di Felice Arborea - Social Media Strategist, Miyagi.
10	29/03/2017 Mercoledì	Il consumo come fenomeno collettivo: brand communities e tribes	Articoli da discutere in aula - Fournier, S., & Lee, L. (2009). Getting brand communities right. <i>Harvard Business Review</i> , 87(4), 105-111. - Muniz Jr, A. M., & O'Guinn, T. C. (2001). Brand community. <i>Journal of Consumer Research</i> , 27(4), 412-432. - Cova, B. & Cova, V. (2002). Tribal marketing: The Tribalisation of Society and Its Impact on the Conduct of Marketing. <i>European Journal of Marketing</i> , 36 (5/6), 595.
11	30/03/2017 Giovedì	Brand communities	IL CASO MOTO GUZZI Testimonianza DA DEFINIRE
12	05/04/2017 Mercoledì	Sub-cultures of consumption	Articoli da discutere in aula - Schouten, J. & McAlexander, J. (1995). Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers. <i>Journal of Consumer Research</i> , 22 (June), 43-61. - Hietanen, J., & Rokka, J. (2015). Market practices in countercultural market emergence. <i>European Journal of Marketing</i> , 49(9/10), 1563-1588.
13	06/04/2017 Giovedì	Il ruolo dei marketers come cultural operators	Articoli da discutere in aula - Cayla, J., & Peñaloza, L. (2012). Mapping the play of organizational identity in foreign market adaptation. <i>Journal of Marketing</i> , 76(6), 38-54. - Cayla, J., & Eckhardt, G. M. (2008). Asian brands and the shaping of a transnational imagined community. <i>Journal of Consumer Research</i> , 35(2), 216-230. - Ger, G. (1999). Localizing in the global village: local firms competing in global markets. <i>California Management Review</i> , 41, 64-83.
14	12/04/2017 Mercoledì	Culture in practice: la creazione dei brand locali	Articoli da discutere in aula - Dalli, D., & Romani, S. (2012). Mediterranean shoes conquer the world: global branding from local resources—the Camper case. <i>Marketing Management: A Cultural Perspective</i> . Routledge: London and New York, 43-59.

			- Kjeldgaard, D., Askegaard, S., & Eckhardt, G. M. (2015). The role of cultural capital in creating glocal brand relationships. In: Fournier, S., Breazeale, M. & Avery, J. (Eds.), <i>Strong Brands, Strong Relationships</i> , Routledge.
15	26/04/2017 Mercoledì	Il nuovo ruolo dei consumatori: working consumers e market makers	- Cova, B., & Dall'Aglio, D. (2009). Working consumers: the next step in marketing theory?. <i>Marketing Theory</i> , 9(3), 315-339. - Martin, D. M., & Schouten, J. W. (2014). Consumption-driven market emergence. <i>Journal of Consumer Research</i> , 40(5), 855-870.
16	27/04/2017 Giovedì	Da consumatori a imprenditori	- Shah, S. K., & Tripsas, M. (2007). The accidental entrepreneur: The emergent and collective process of user entrepreneurship. <i>Strategic Entrepreneurship Journal</i> , 1(1-2), 123-140.
MODULO MARKETING INDUSTRIALE – Prof. Daniela Andreini			
17	03/05/2017 Mercoledì	- Categorizzazione del B2B industries - Business marketing e relazione	Articoli da discutere in aula - Ferrero, G., & Tunisini, A. (2004). Business marketing: concetti e metodologie per operare nella complessità. <i> Mercati e Competitività</i> , (o), 111-131. - Senn, C., Thoma, A., & Yip, G. S. (2013). Customer-centric leadership: how to manage strategic customers as assets in B2B markets. <i>California Management Review</i> , 55(3), 27-59.
18	04/05/2017 Giovedì	Il ruolo del business marketing	Articoli da discutere in aula Wiersema, F. (2013). The B2B agenda: The current state of B2B marketing and a look ahead.
19	10/05/2017 Mercoledì	Strategie di approvvigionamento e supply chain	Articoli da discutere in aula - Customer management strategy in business markets. <i>Harvard Business Review</i>
20	11/05/2017 Giovedì	Sviluppare i canali distributivi	Articoli da discutere in aula Marketing reading: developing and managing channels of distribution. <i>Harvard Business Review</i>
21	17/05/2017 Mercoledì	CASO DI STUDIO individuale	AQUALISA Il caso e le domande a cui rispondere saranno consegnati in aula
22	18/05/2017 Giovedì	COMMUNICATION IN B2B	https://www.digitaldoughnut.com/articles/2017/february/b2b-marketing-which-channels-should-you-focus-on?dm_i=2IQP,10I2C,55Z0X1,2Y9V8,1 Inbound e Outbound marketing in B2B
23	23/05/2017 Mercoledì	CASO DI STUDIO individuale	HubSpot: Inbound Marketing and Web 2.0 Il caso e le domande a cui rispondere saranno consegnati in aula
24	24/05/2017 Giovedì	Branding in B2B	Articoli da discutere in aula Ohnemus, L. (2009). B2B branding: A financial burden for shareholders?. <i>Business Horizons</i> , 52(2), 159-166.