



Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

FACOLTÀ DI ECONOMIA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA E DELLA GESTIONE AZIENDALE
CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA E GESTIONE AZIENDALE
GESTIONE DELLE IMPRESE DEL TERZIARIO E DEI SERVIZI COMMERCIALI

Soddisfazione del cliente e valore di marca

SEMINARIO DI APPROFONDIMENTO



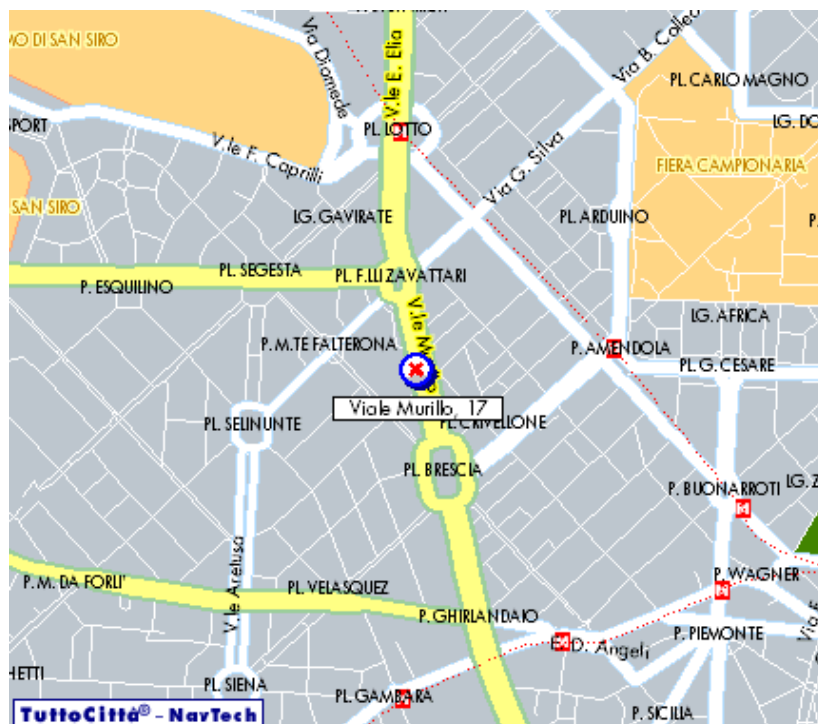
Scuola Superiore del Commercio del Turismo
dei Servizi e delle Professioni
Aula Magna, Viale Murillo 17 – 20149 Milano

3 dicembre 2003 – ore 10.00

Programma

Mercoledì 3 dicembre 2003

- ore 10.00 **Apertura: benvenuto e introduzione**
 Alberto Cova, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, Preside Facoltà di Economia
 Sergio De Angeli, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, Coordinatore Corso di Laurea
 Gaetano Morazzoni, Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni, Presidente
- ore 10.15 **Soddisfazione del cliente e brand equity**
 Renato Fiocca, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, Professore di Marketing e Direttore di Centrimark (Centro di ricerche sul Marketing)
- ore 10.45 **Corporate branding e gestione dell'immagine**
 Sergio Tonfi, Philips ITALY, Brand Communication & Media Relations Manager
- ore 11.15 **Intervallo**
- ore 11.30 **Dall'identità del punto di vendita all'identità di prodotto: Zucchi Stores**
 Claudio Corati, Vincenzo Zucchi S.p.A., Retail Manager
 Valeria Ferrario, Vincenzo Zucchi S.p.A.
- ore 12.00 **Valori di marca a confronto: dal business-to-business, al retailing, alla moda**
 Stefano Ferro, Malo S.p.A., Amministratore Delegato
- ore 12.30 **Dibattito e conclusioni**
 Raul Longo, Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni, Consigliere Delegato



Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni
 Viale Murillo, 17 – 20149 Milano – tel. 02/4030.5279 – 02/4030.5283