

Enrico Valdani

Marketing Management

ENRICO.VALDANI@UNIBOCCONI.IT

Via Roentgen 1, room 4-C1-04

Tel. +39 02 5836.3715 Fax. 02-5836.6893

Curriculum Vitae

SDA Distinguished Professor

Degree in Business Administration, Bocconi University, Milan, 1972

Academic position and/or Professional activities

Professor of Marketing, Bocconi University

Research Interests

- The Dynamics of Competition
- Strategic Marketing
- Customer-Based View
- Inter-industry - Convergence Issues
- Market Driving Strategies and Skills

- GeoMarketing
- Theory of the Firm
- Global Marketing
- Service Science

Publications

Books

- E. Valdani, A. Arbore (2014), Strategie e giochi competitivi. Gestire il presente, immaginare il futuro. Con aggiornamenti online, Egea
- E. Valdani, G. Bertoli (2014), Marketing Internazionale, EGEA
- E. Valdani, A. Arbore (2013), Competitive Strategies. Managing the present, imagining the future, Palgrave Macmillan
- E. Valdani, A. Arbore (2012), Marketing Metrics: una sfida aperta. Prodotto, consumatore e politiche di mercato quarant'anni dopo. Scritti in onore di Stefano Podestà. EGEA, Francesca Golfetto (a cura di) 3790708
- E. Valdani (a cura di) (2011), M@rketiing Management. Progettare e generare valore per il cliente, EGEA
- E. Valdani, F. Ancarani (2011), Marketing Metrics. Il marketing che conta, EGEA
- Enrico Valdani, Giuseppe Bertoli (2010), Mercati internazionali e marketing, EGEA
- E. Valdani (2009). Cliente&Service Management, Milano, EGEA
- E. Valdani, F. Ancarani (2009), Marketing strategico. Volume 3 I risultati delle strategie di marketing, EGEA
- E. Valdani, F. Ancarani (2009). Marketing strategico. 1. L'analisi dell'ambiente competitivo, Milano, EGEA
- E. Valdani, F. Ancarani (2009). Marketing strategico. Volume 2: Manovre e strategie di marketing, Milano, EGEA
- E. Valdani, F. Ancarani (2009). Marketing strategico. Volume 3 I risultati delle strategie di marketing, Milano, EGEA
- E. Valdani, A. Arbore (2008). Strategie competitive. Giochi di movimento, imitazione, posizione, Milano, EGEA
- Mercati internazionali e marketing (con G. Bertoli), EGEA, 2006
- “La carta di identità elettronica. Nuove tecnologie informatiche al servizio del cittadino e delle Pubbliche Amministrazioni”, Realizzato dal Ministero dell’Interno, Coordinatore della pubblicazione: E. Valdani, in collaborazione con, F. Ancarani, A. Arbore, F. Arcieri, M. Casani, C. Contini, L. Girelli, E. Nardelli, D. Schipani, F. Sotgiu, M. Talamo, Milano, Maggioli editore, 2004
- Musei, edutainment e marketing (con P. Guenzi), in “Cultura in gioco. Le nuove frontiere di musei, didattica e industria nell’era dell’interattività”, a cura di P.A. Valentino e L.M.R. Delli Quadri, ed. Giunti, Milano, 2004
- Competition Based View. I giochi competitivi di movimento, imitazione e posizione, Etas, Milano, 2003
- Valdani E., Matzler K., Guenzi P., (2002), “Zur typologisierung von freizeitleistungen: ein kundenorientierter Ansatz” in Erfolg durch Dienen? in Erfolg durch Dienen (a cura di Hinterhuber H., Stahl H.), Renningen, Expert verlag
- L’impresa e-based, (con A. Ordanini e G. Verona), Milano, Egea, 2002
- Valdani E., Guenzi P., “Marketing von brand parks” in IndustrieErlebnisWelten (a cura di H. Hinterhuber e H. Pechlaner), Berlino, ESV, 2001
- Convergenza. Nuove traiettorie per la competizione (con F. Ancarani, S. Castaldo), Milano, Egea, 2001
- Marketing Globale. Prospettive di crescita delle imprese nell’economia del terzo millennio (con A. Guerini, G. Bertoli), Egea, Milano, 2000
- L’impresa pro-attiva. Co-evolvere e competere nell’era dell’immaginazione. McGraw-hill, Milano, 2000

Articles

- E. Valdani, A. Arbore (2015), Marketing Strategies. In: James D. Wright (editor-in-chief), International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2nd edition, Vol 14. Oxford: Elsevier
- M. d'Amore, R. Baggio, E. Valdani (2015), A practical approach to big data in tourism: a low cost Raspberry Pi cluster. Information and communication technologies in tourism 2015. Springer, Germania, pp.169- pp.181- I. Tussyadiah, A. Inversini (a cura di)
- E. Valdani (2013), Il Valore di mercato degli asset ip nel settore della moda e dei luxury good. Il Diritto Industriale
- E. Valdani (2010), Note a margine della lezione di Amartya Sen, Mercati e Competitività, Vol. 1
- E. Valdani (2010), Dal vecchio al nuovo marketing, Harvard Business Review Italia
- E. Valdani (2009). La bussola del marketing. Mercati e Competitività, pp.5- 9
- E. Valdani (2008). Trasformare la strategia un cliente alla volta, Harvard Business Review pp.21- 33
- E. Valdani, A. Arbore (2007). Strategies of imitation: an insight; PERSPECTIVES IN MANAGEMENT pp.198- 205 Vol.5
- I risultati dell’osservatorio CIE, in I servizi demografici. Mensile professionale per i servizi di anagrafe, stato civile, elettorale, leva, statistica ed informatica, Maggioli Editore, Novembre 2005
- Le nuove dinamiche competitive nel settore della telefonia mobile di terza generazione: le strategie dei player in Italia (con M. Pagani), in Mercati e Competitività. Rivista della Società Italiana di Marketing, FrancoAngeli, Milano, 2004
- Musei, edutainment e marketing (con P. Guenzi), in Cultura in gioco. Le nuove frontiere di musei, didattica e industria nell’era dell’interattività, a cura di P.A. Valentino e L.M.R. Delli Quadri, ed. Giunti, Milano, 2004
- “La comunicazione bancaria allo sportello nel rapporto tra banca e cliente” (con A. Omarini), in Ottavo Rapporto sul Sistema

Finanziario italiano. Oltre la crisi. Le banche tra le imprese e le famiglie, a cura di D.Masciandaro e G. Bracchi, Edibank, Milano 2003. (Fondazione Rosselli)