

David Jarach

MARKETING MANAGEMENT

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

JARACH D.

Airport retail reengineering: la conquista del valore economico per l'impresa-aeroporto

Economia & Management, 2012, no. 3, pp.62-63

JARACH D., ZERBINI F., MINIERO G.

When legacy carriers converge with low-cost carriers: Exploring the fusion of European airline business models through a case-based analysis

Journal of Air Transport Management, 2009, vol.15, no. 6, pp.287-293

JARACH D.

How to survive the competition in an increasingly hostile environment: the case of airports

Journal of Airport Management, 2007, vol.1, no. 2, pp.125-127

JARACH D.

Aviation-Related Airport Marketing In An Overlapping Metropolitan Catchment Area: The Case Of Milan'S Three Airports

Journal of Air Transportation, 2005, vol.10, no. 2, pp.96

JARACH D.

Future scenarios for the European airline industry

Journal of Air Transportation, 2004, vol.9

JARACH D.

The digitalisation of market relationships in the airline business: the impact and prospects of e-business

Journal of Air Transport Management, 2002, vol.8, no. 2, pp.115-120

JARACH D.

The evolution of airport management practices: towards a multi-point, multi-service, marketing-driven firm

Journal of Air Transport Management, 2001, vol.7, no. 2, pp.119-125

JARACH D.

Strategie e condotte gestionali nel settore aeroportuale: verso l'adozione di un profilo market-oriented e lo sviluppo dell'aeroporto commerciale

Commercio, 1999, vol.66

JARACH D.

La reingegnerizzazione dell'offerta logistica: la logica dei network hub & spokes

Commercio, 1998, vol.64

VALDANI E., JARACH D.

La deregulation del trasporto aereo in Europa: il caso Italia

MONOGRAFIE O TRATTATI SCIENTIFICI

JARACH D., REINA D.

Il Marketing ai tempi del Coronavirus: Istruzioni per l'uso

Egea, Milano, Italia, 2020

JARACH D., REINA D.

Marketing 2020

Egea, Milano, Italia, 2017

JARACH D.

L' Impresa Aeroporto - Il marketing come leva competitiva

Egea, Italia, 2012

JARACH D.

Airport Marketing (Chinese Edition)

Civil Aviation Authority of China, Cina, 2008

JARACH D.

Airport marketing

Ashgate Publishing, Gran Bretagna, 2005

JARACH D.

Marketing aeroportuale. Gestire l'impresa-aeroporto nel nuovo millennio

Egea, Milano, Italia, 2002

VALDANI E., JARACH D.

Compagnie aeree & deregulation. Strategie di marketing nei cieli senza frontiere

Egea, Milano, Italia, 1997

CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

JARACH D.

Nuove tendenze del marketing in *Marketing @ Bocconi. Progettare e trasferire valore al cliente*

E. Valdani (a cura di), Egea, 2016

JARACH D.

Politiche di mercato e strategie di frontiera: traiettorie di sviluppo del settore delle aerolinee in *Prodotto, consumatore e politiche di mercato quarant'anni dopo. Scritti in onore di Stefano podestà*

S. Borghini, A. Carù, F. Golfetto, S. Pace, D. Rinallo, L. Visconti, F. Zerbini (a cura di), Egea, pp.445-450, 2012

CIRRINCIONE A., JARACH D.

Intuire i trend dei mercati di oggi e di domani in *M@rketng Management: Progettare E Generare Valore Per Il Cliente*

E. Valdani (a cura di), Egea, 2011

JARACH D.

Price management in *Marketing Management*

E. Valdani (a cura di), Egea, pp.433-460, 2011

JARACH D.

The airport retailing business and the impact of updated security measures: the European perspective in *Aviation Security Management*

Andrew R. Thomas (a cura di), Praeger Publishers, chap. 6, 2008

JARACH D.

Il sistema logistico di Rotterdam: un modello di riferimento in *Sistemi di logistica integrata: hub territoriali e logistica internazionale*

Ottimo E., Vona R. (a cura di), Egea, pp.242-272, 2001

JARACH D.

Le logiche dell'e-business nel settore del trasporto aereo in *E-business*

C. Dematté (a cura di), Etas Libri, 2001

JARACH D.

Il caso di Rotterdam in *Strategie di marketing del territorio. Generare valore per le imprese e i territori nell'economia della conoscenza*

E. Valdani, F. Ancarani (a cura di), Egea, 2000

JARACH D.

Il piano di marketing esterno in *Strategie di marketing del territorio. Generare valore per le imprese e i territori nell'economia della conoscenza*

E. Valdani, F. Ancarani (a cura di), Egea, 2000

JARACH D.

Le infrastrutture aeroportuali come fattore di attrazione territoriale in *Strategie di marketing del territorio. Generare valore per le imprese e i territori nell'economia della conoscenza*

E. Valdani, F. Ancarani (a cura di), Egea, 2000

VALDANI E., JARACH D.

Come vendere un'area geografica: strategie di marketing per il territorio in *L'occupazione possibile*

V. Perrone (a cura di), Etas Libri, 1998

PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

JARACH D., ZERBINI F., MINIERO G.

Future outcomes for the european airline industry: an empirical analysis through interviews with european airlines' senior executives

12th ATRS World Conference - July 6-10, 2008, Athens, Grecia

JARACH D., MINIERO G., ZERBINI F.

When legacy carriers converge with low cost: the hybrid approach of Brussels Airlines

12th ATRS World Conference - July 6-10, 2008, Athens, Grecia
