

David Jarach

SENIOR LECTURER

Marketing Management

DAVID.JARACH@SDABOCCONI.IT

Biografia

David Jarach è Senior Lecturer di Marketing and Sales presso SDA Bocconi School of Management. È inoltre docente di Marketing e Marketing dei servizi di trasporto presso l'Università Bocconi.

La sua collaborazione con SDA Bocconi inizia nel 1995. Da allora ha tenuto e coordinato centinaia di iniziative incentrate sul marketing, con specifica focalizzazione sui temi del Pricing e del Customer Value Management. È responsabile dei corsi di Pricing presso il Full Time MBA e presso l'Executive Master in Marketing and Sales (EMMS). Ha coordinato numerosi workshop di marketing e offerto consulenze di management in Europa, Americhe e Asia con aziende operanti nel settore energy, oftalmico, engineering, servizi professionali, pharma, biomedicale, aerospaziale, airline&airport, travel retail ed automotive con riferimento alle decisioni di prezzo.

Le sue ricerche si concentrano su marketing del trasporto aereo e aerospaziale, marketing strategico, customer value management e pricing. Attualmente, si sta concentrando sul tema dei processi avanzati di price management, l'analisi predittiva e l'AI per il pricing e per le decisioni di marketing.

Autore di 7 libri (in italiano, inglese e cinese), pubblicati con EGEA e con Routledge. Ha inoltre pubblicato numerosi saggi e articoli, tutti riguardanti il management del trasporto aereo. La sua ultima pubblicazione è "Il Marketing ai tempi del coronavirus", edito da EGEA nel maggio 2020. I suoi lavori sono stati pubblicati su importanti journal, quali Journal of Air Transport Management, Journal of Airport Management, Journal of Air Transportation e Journal of Aviation Security. È stato membro del comitato editoriale di Journal of Air Transportation, Journal of Aviation Security e Journal of Innovative Marketing. È stato editorialista per le tematiche di trasporto aereo per Italia Oggi e MF-Milano Finanza, intervistato frequentemente sul tema dai principali media nazionali e internazionali. È da venticinque anni consulente di direzione per i temi del settore aviation e per i processi di pricing B2B e riconosciuto tra i massimi esperti a livello mondiale su questi temi. È stato Visiting Professor presso la Aerospace MBA della Toulouse Business School, la ESIC di Madrid e Visiting presso l'Aviation MBA della Donau University (Krems).

David ha conseguito la Laurea Magistrale in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi.

Ambito di insegnamento

Pricing and Revenue Management

B2B Marketing

Customer-based Revenue Models

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

Economia & Management, 1996, no. 5, pp.19-33

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@rketig 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 ampirical 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
