



Quadrimestrale di studi di marketing e comunicazione

Dedicata a operatori di marketing impegnati nei vari tipi di azienda, ricercatori, studiosi e a quanti avvertono l'esigenza di approfondire la riflessione sui contenuti e sulle problematiche del marketing, dei consumi, della comunicazione e delle ricerche di mercato.

Costituisce uno strumento per l'aggiornamento, l'ampliamento e il confronto interdisciplinare (marketing, psicologia, sociologia, statistica) delle proprie prospettive. Sensibile ai problemi più attuali che i marketer si trovano a dover affrontare nella loro attività professionale, propone un'ottica di scambio continuo tra realtà aziendale e ricerca scientifica.

Negli ultimi numeri si è occupata di comunicazione e pubblicità, di nuove tendenze del marketing europeo, di sales management, di marketing dell'esperienza, di marketing delle professioni, di ricerche di mercato e di e-commerce. Ogni numero contiene l'analisi di un importante caso aziendale.

DIRETTORE
Dario Romano


COMITATO DI REDAZIONE

Jean Claude Andreani (Parigi)
Giuseppe Bertoli (Brescia)
Albino Claudio Bosio (Milano)
Frank Bradley (Dublino)
Gabriele Calvi (Milano)
Umberto Collesei (Venezia)
Gianni Cottardo (Milano)
Giampaolo Fabris (Milano)
Renato Fiocca (Milano)
Carlo Gallucci (Barcellona)
Maria Cristina Martinengo (Pavia)
Marco Raimondi (Milano)
Dario Romano (Milano)
Walter Giorgio Scott (Milano)
Ivan Snehota (Ginevra)
Tiziano Vescovi (Venezia)

Nel numero 1-2010

Editoriale, di **Dario Romano** **Ricerca** Employer branding: come misurare la sua efficacia, di **Marino Bonaiuto**, **Mauro Giacomantonio**, **Erica Pugliese** e **Gabriele Lizzani** **Micro** Perché si acquistano prodotti contraffatti? Un'analisi esplorativa nel Mezzogiorno d'Italia, di **Silvia Pepe** e **Anna Maria Gianini** - Che fiducia dare alla fiducia? Aggiornamenti sul sentiment dei consumatori e delle imprese in Italia, di **A. Claudio Bosio**, **Edoardo Lozza** e **Daniele Novello** - La voce del manager, a cura di **Marco Raimondi** - Trasformare i rischi in opportunità: il caso Essere Benessere, **Intervista di Marco Raimondi a Gianluca Strata** - Un nuovo posizionamento nel segmento del benessere naturale: il caso Natur, **Intervista di Anna Zinola a Paolo Marchiori e Cinzia Barducco** **Osservatorio**, a cura del Centro Studi e Formazione Assirm: La ricerca online in Italia: stato e prospettive dell'arte. **Contributi di Alessandro Amadori**, **A. Claudio Bosio**, **Federico Capeci**, **Guido Di Fraia**, **Franca Ferrari**, **Andrea Franchini**, **Guendalina Graffigna**, **Edmondo Lucchi** e **Maurizio Pessato** **Caso** Retail Innovation: il caso Sunka, di **Lluís Martínez-Ribes**, **Sandro Castaldo** e **Katia Premazzi**

www.mulino.it/rivisteweb

Micro & Macro Marketing è in **Rivisteweb** l'archivio elettronico delle riviste del Mulino. Tutti possono acquistare online i singoli articoli delle annate arretrate dal 1997; gli Enti (istituzioni, società, biblioteche) possono sottoscrivere un abbonamento integrato  carta + on line

www.mulino.it

Le novità in libreria e l'intero catalogo online delle pubblicazioni del Mulino.

www.darwinbooks.it

Darwinbooks è l'archivio digitale dei libri del Mulino. Più di trecento monografie, pubblicate a stampa dal 2000, ora disponibili in rete.