



INVITO

Bergamo, 6 Aprile 2005
Università di Bergamo - Facoltà di Economia
(Aula Galeotti)
Via dei Caniana 2

Siamo lieti di segnalare il Convegno dal titolo "*Credit Management e strategie marketing in un' economia in profonda trasformazione*", promosso dal Dipartimento di Economia Aziendale della nostra Università in collaborazione con la LINCE.

I Relatori saranno principalmente alcuni Docenti del Dipartimento di Economia Aziendale, che illustreranno l'importanza dell'interazione del Credit Manager con la Divisione Marketing e la necessità di una visione integrata dei temi di impresa, con particolare riferimento a: nuovi scenari, Basilea 2, una gestione innovativa del portafoglio Clienti, nonché uno studio sulle piccole, medie e grandi imprese per comprendere il tessuto dell'economia Italiana in un contesto in profonda trasformazione che impone alle Aziende di attivare nuovi modelli gestionali.

A tutti i partecipanti al Convegno, al termine della giornata, verrà consegnato un *attestato di frequenza*.

La partecipazione al Convegno è gratuita. Per iscriversi è sufficiente contattare il numero 02.7754320

Alberto Marino

AGENDA DEI LAVORI

- 14,30-14,40** Apertura dei lavori: *Magnifico Rettore, Prof. Alberto Castoldi*
Programma della giornata: *Prof. Gianfranco Rusconi, Direttore del Dipartimento di Economia Aziendale*
- 14,40-15,15** Necessità di una visione integrata dei temi di impresa, segnatamente riferiti a Informazioni, Finanza, Marketing, Credito. Cenni a Basilea 2: *Prof. Domenico Piatti*
- 15,15-15,45** Il Credit Manager e la gestione del portafoglio clienti
Dr. Ettore Guidetti - Direttore Marketing Lince S.p.A.
- 15,45-16,30** Presentazione di uno studio Lince sulla reale situazione delle piccole, medie e grandi imprese italiane (trend del fatturato, del risultato d'esercizio, indebitamento verso le banche e i fornitori, peso dei crediti commerciali sul fatturato): *Prof. Mauro Cavallone*
- 16,30-16,45** Coffee break
- 16,45-17,25** Il caso Gillette: le interazioni tra il Credit Manager e la Divisione Marketing del Gruppo
Dr. Giovanni Restelli - Customer Credit & Control Manager Gillette Group Italy S.p.A.
- 17,25-17,45** Ruolo chiave delle informazioni negli approcci di Marketing Strategico. Le decodifiche dalle recentissime Banche Dati Internazionali. Le implicazioni per il Marketing d'impresa: *Prof. Alberto Marino (Dottorato in Marketing e Commercio Elettronico per le strategie di Impresa)*
- 17,45-18,15** Dibattito, sintesi e conclusione dei lavori: *Prof. Alberto Marino.*

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BERGAMO: RELATORI

Prof. Alberto Castoldi

Magnifico Rettore dell'Università degli studi di Bergamo. Componente del Consiglio di Amministrazione e iniziatore di numerosi Progetti dell'Università di Bergamo e della Facoltà di Economia

Prof. Gianfranco Rusconi

Direttore del Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università degli studi di Bergamo. Professore Ordinario di Ragioneria generale ed avanzata e Economia delle aziende e delle amministrazioni pubbliche. SdM, Scuola di Management dell'Università di Bergamo

Prof. Domenico Piatti

Professore a contratto di Economia degli intermediari finanziari avanzata dell'Università degli studi di Bergamo. Esperto di tematiche connesse a Basilea 2 e di problematiche Finanziarie

Prof. Mauro Cavallone

Ricercatore e Titolare della cattedra di Marketing Internazionale nell'Università degli Studi di Bergamo. Direttore del Corso: Master in Marketing Management per le imprese internazionali

Prof. Alberto Marino

Collegio docenti del Dottorato: "Marketing e Commercio elettronico per le strategie d'impresa" e titolare della Cattedra di Marketing nell'Università degli studi di Bergamo. SdM, Scuola di Management. Consulente aziendale