

Nardin Giuseppe, nato a Vicenza il 14.12.1954, laureato in Economia e Commercio il 12 novembre 1980 presso l'Università degli Studi di Modena

Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese presso l'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Facoltà di Economia "Marco Biagi".

Docente di Economia e Gestione delle Imprese, Marketing, Trade Marketing, Marketing dei beni industriali

Fino al 2012 Presidente del Corso di Laurea in Economia e Marketing Internazionale

Dal 2012 Direttore Scientifico della Biblioteca Sebastiano Brusco della Facoltà di Economia

"Marco Biagi" e dal 2015 è Presidente del Comitato di Gestione SBA (Sistema Bibliotecario di Ateneo)

Membro della Società Italiana di Marketing di cui coordina la sezione "Made in Italy"

L'attività di ricerca negli ultimi anni ha avuto come assi tematici principali:

- le modalità di applicazione e l'impatto delle nuove tecnologie di comunicazione nei processi di scambio tra imprese produttrici, distributori e consumatori finali;
- le relazioni tra imprese nei mercati dei beni industriali;
- i percorsi di crescita delle imprese industriali basati sulla costruzione di reti interorganizzative;
- le specifiche modalità di partecipazione al processo di globalizzazione della domanda e della competizione che connotano le Piccole e Medie Imprese in generale e le imprese distrettuali in particolare;
- il contributo dell'effetto "Country of origin" sulla competitività internazionale dei prodotti "Made in Italy"
- il valore della conoscenza nelle attività di marketing e nei processi di sviluppo delle imprese;
- i processi di costruzione ed evoluzione dell'identità e della reputazione sia delle singole organizzazioni aziendali che dei sistemi territoriali di imprese
- i processi evolutivi dei distretti industriali nell'integrazione economica globale

Alcuni di questi temi di analisi sono stati sviluppati anche all'interno di specifici progetti di ricerca finanziati da Università, Associazioni di impresa, Enti Locali, Ministero dell'Università e della Ricerca:

1999 - La moneta unica: processi di internazionalizzazione delle PMI e ruolo del sistema bancario, finanziato *dall'Ateneo di Modena*

2000 - L'industria delle macchine e degli impianti per la produzione ceramica: evoluzione del sistema d'offerta e dei modelli di relazione tra le imprese della filiera, finanziato *dall'Ateneo di Modena e Reggio Emilia*

2000 - Indagine sulla diffusione e le problematiche gestionali del commercio elettronico nell'industria dell'abbigliamento, finanziato *dall'Ateneo di Modena e Reggio Emilia*

2002 - I flussi informativi verticali nel settore dell'abbigliamento, promosso da *CITER* (Centro informazione tessile dell'Emilia Romagna), e realizzato in collaborazione con *l'Università di Bologna e l'Università di Parma*

2004 - Progetto triennale di ricerca *PRIN*, Il Knowledge Management come strumento di vantaggio competitivo per le imprese-rete: un confronto intersettoriale

2005 - Progetto triennale *FIRB*, Ridisegno dell'infrastruttura finanziaria delle reti di imprese: alla ricerca di nuove soluzioni finanziarie, istituzionali e informatiche per sostenere la competitività, l'innovazione, le riorganizzazioni aziendali e la gestione dei rischi, in particolare partecipazione al WP07, Nuovi modelli istituzionali: servizi di consulenza alle operazioni di internazionalizzazione

2005 - Il sistema ceramico di fronte alla globalizzazione: strategie di impresa e strategie di sistema" in collaborazione con *Regione Emilia Romagna, Provincia di Modena, Provincia di Reggio Emilia,*

*Assopiastrelle, CNA, Comuni interessati del comprensorio ceramico di Sassuolo e Scandiano*  
 2007 - Progetto di ricerca “Il distretto di Carpi: cosa dopo il truciolo e la maglia”, promosso dalla *Fondazione Cassa di Risparmio di Carpi*”  
 2008 – Consulente nel Progetto *TA CAMP* – “Ricerca, formazione, assistenza e promozione aziendale per il rafforzamento della filiera produttiva nel settore Tessile-Abbigliamento in Campania”.  
 2008: Progetto triennale di ricerca *PRIN*, Innovazione e globalizzazione: strategie di successo delle imprese italiane nei mercati emergenti - Un confronto intersettoriale  
 2008: Progetto di Ricerca, Country Of Origin (Coo) Effect: An International Comparative Analysis On Customer Buying Behaviour, bando di ricerca competitivo a carattere internazionale cofinanziato dalla *Fondazione Cassa di Risparmio di Modena e dall'Ateneo di Modena e Reggio Emilia*.

#### Principali pubblicazioni

1985 - G. Nardin, (in collaborazione con P. Gurisatti), *Strategia aziendale e risultati economici*, in M. Carbognin, A. Masiero (a cura di), *Organizzare l'autogestione*, Edizioni Lavoro, Roma  
 1987 - G. Nardin (a cura di), *La Benetton. Strategia e struttura di un'impresa di successo*, Edizioni Lavoro, Roma  
 1987 - G. Nardin, (in collaborazione con F. S. Di Ciommo), *Il settore delle macchine e impianti per l'industria alimentare in Emilia Romagna*, Editrice Compositori, Bologna  
 1992 - G. Nardin, *I principali cambiamenti nello scenario competitivo dell'industria tessile-abbigliamento durante gli anni '80 e le risposte strategiche delle imprese italiane*, in T. Bursi (a cura di), *Acquisizioni, accordi e joint venture nell'industria tessile abbigliamento (1985-1991)*, Collana del Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli studi di Modena, n. 21, Novembre  
 1992 - G. Nardin, *I nuovi caratteri del contesto competitivo e gli orientamenti strategici delle imprese T-A dell'Emilia Romagna*, in T. Bursi, G. Nardin, G. Pappalardo (a cura di), *Indagine sulle condizioni economico-finanziarie delle imprese emiliano-romagnole del tessile-abbigliamento*, Poligrafico Artioli, Modena  
 1993 - G. Nardin, “*Piccole imprese e internazionalizzazione. Il caso dell'industria meccanica agricola dell'Emilia Romagna*”, Franco Angeli, Milano  
 1993 – G. Nardin, (in collaborazione con G. Marchi), *Le acquisizioni e gli accordi tra imprese nell'industria tessile-abbigliamento italiana*, in *Acquisizioni, fusioni e concorrenza*, Nomisma, 2  
 1994 - G. Nardin, *Percorsi di internazionalizzazione in un sistema di piccole e medie imprese*, *Piccola impresa/Small Business*, 1  
 1994 - G. Nardin, “*Dinamica evolutiva degli accordi interaziendali e problemi di gestione delle alleanze produttive internazionali nell'industria Tessile-Abbigliamento italiana*”, *Sinergie*, Quaderno n. 10,  
 1994 - G. Nardin, *Le manovre di crescita esterna delle imprese dell'industria tessile-abbigliamento: un nuovo disegno strategico in un contesto competitivo profondamente mutato*, in T. Bursi (a cura di), *Acquisizioni, accordi e joint venture nell'industria tessile abbigliamento (1985-1991)*, Collana del Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli studi di Modena, n. 33, Maggio  
 1994 - G. Nardin, *Una nuova direttrice di sviluppo per le imprese italiane dell'industria tessile-abbigliamento: i paesi dell'Europa dell'Est*, in T. Bursi (a cura di), *Acquisizioni, accordi e joint venture nell'industria tessile abbigliamento (1985-1991)*, Collana del Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli studi di Modena, n. 33  
 1995 - G. Nardin, *Esperienze di rilocalizzazione internazionale della produzione. Un'indagine empirica su un gruppo di imprese dell'industria tessile-abbigliamento*, *Sinergie*, Rapporti di ricerca, n.1

- 1996 - G. Nardin, Dalla crisi alla ripresa: nuove opportunità e nuove sfide per le imprese dell'industria tessile-abbigliamento italiana, Collana del Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli studi di Modena, n. 43
- 1996 - G. Nardin, "L'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese: una necessaria premessa", in "I processi di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese modenesi", Poligrafico Mucchi, Modena
- 1996 - G. Nardin, (in collaborazione con T. Bursi e G. Marchi), Trasformazioni organizzative nell'impresa distrettuale: alcune premesse sulla definizione dell'unità di analisi, in R. Varaldo, A. Ferrucci (a cura di), I distretti industriali fra logiche di impresa e logiche di sistema, Franco Angeli, Milano
- 1997 - G. Nardin (in collaborazione con G. Marchi), "Piccole imprese e grande distribuzione nel mercato europeo dell'abbigliamento. Il caso dei produttori carpigiani", Franco Angeli, Milano
- 1998 - G. Nardin, (in collaborazione con G. Galli), "I modelli di coordinamento fornitore-cliente nel mercato francese della piastrella: il punto di vista dei produttori italiani", Trade Marketing, n. 22
- 1999 - G. Nardin, (in collaborazione con T. Bursi e G. Marchi), Le dinamiche evolutive dei distretti modenesi, in Rapporto sulla situazione economica e sociale della provincia di Modena
- 2001 - G. Nardin, (in collaborazione con G. Marchi e G. Giusti), Il sistema informativo della moda, Rapporto di ricerca Citer, Carpi
- 2001 - G., Nardin, (in collaborazione con G. Marchi), "Introduzione dell'Euro e comportamenti strategici delle imprese dell'industria ceramica: due distretti a confronto", in Gualandri E., Marchi G. (a cura di), "La moneta unica: processi di internazionalizzazione della PMI e ruolo del sistema bancario", Collana del Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli studi di Modena e Reggio Emilia, Marzo
- 2002 - G. Nardin, (in collaborazione con G. Galli), La scelta in condizioni di incertezza: il ruolo della fiducia, Collana del Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli studi di Modena e Reggio Emilia, n. 89,
- 2002 - G. Nardin, "Relazioni e fiducia nei mercati dei beni industriali", Franco Angeli, Milano
- 2003 - G. Nardin, (in collaborazione con G. Marchi, E. Scarso, E. Bolisani), "A knowledge management reading of electronic commerce: experiences in the Italian clothing industry", International Journal of Electronic Business, Vol. 1, n. 3
- 2003 - G. Nardin, (in collaborazione con G. Marchi), curatela della 2 edizione italiana di Marketing, di Peter J.P e Donnelly J. H., A Preface to Marketing Management, McGraw Hill; Milano
- 2003 - G. Nardin, (in collaborazione con G. Galli), "Choice under uncertainty: the role of trust", Proceedings from The 19<sup>th</sup> Annual IMP Conference, Lugano, Settembre
- 2004 - G. Nardin (in collaborazione con G. Marchi), Internet nell'industria dell'abbigliamento. Esperienze nel distretto carpigiano e nel sistema moda italiano, Franco Angeli, Milano
- 2005 - G. Nardin, "Benetton. I colori del successo", Economia e società regionale, 4
- 2006 - G. Nardin, (in collaborazione con E. Martinelli, G. Marchi), Il marketing come funzione di intermediazione della conoscenza. Alcune esperienze nel sistema moda, Proceedings from The 5<sup>th</sup> International Congress "Marketing Trends", Venezia
- 2006 - G. Nardin, (in collaborazione con G. Marchi, E. Martinelli), Conoscenza di mercato e innovazione di prodotto nel sistema moda, in G. Volpato, (a cura di), Il Knowledge Management come strumento competitivo, Carocci, Roma
- 2006 - G. Nardin (in collaborazione con altri), Il sistema ceramico di fronte alla globalizzazione: strategie di impresa e strategie di sistema, Prima Parte. L'industria ceramica italiana: trasformazioni, competitività, internazionalizzazione, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Dipartimento di Economia Aziendale
- 2006 - G. Nardin, (in collaborazione con T. Bursi e G. Marchi), Il sistema ceramico di fronte alla globalizzazione: strategie di impresa e strategie di sistema, Terza Parte. Difendere lo sviluppo:

condizioni, attori e politiche, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Dipartimento di Economia Aziendale

2007 - G. Nardin, (in collaborazione con B. Balboni), La reputazione di credibilità dell'impresa. Un'analisi esplorativa sui servizi di ristorazione aziendale, Proceedings from The 6<sup>th</sup> International Congress "Marketing Trends", Parigi

2008 - G. Nardin (in collaborazione con T. Bursi), Il distretto ceramico tra identità e cambiamento, Franco Angeli, Milano

2008 - G. Nardin, (in collaborazione con G. Marchi, E. Martinelli), Innovazione e intermediazione di conoscenza nel sistema moda, Sinergie, n. 77

2009 – G. Nardin (in collaborazione con G. Marchi), Market Knowledge Transfer and Time Pressure in New Product Development: The Emergent Role of Knowledge Intermediaries in Fashion Industry, Proceedings of 10<sup>th</sup> European Conference on Knowledge management, Vicenza

2009 - G. Nardin (in collaborazione con T. Bursi, G. Marchi), Il marketing: studi, pratiche e visioni. In: T. Bursi, G. Marchi, G. Nardin, Il marketing: studi, pratiche e visioni. Modena, Unimore, vol. Unico

2010 – G. Nardin, Un nuovo distretto "faro" nella competizione internazionale, CER il giornale della ceramica, 321

2011 – G. Nardin (in collaborazione con G. Marchi), Il management della creatività nell'industria dell'abbigliamento, Sinergie, Rapporti di ricerca, n. 32

2012 – G. Nardin (in collaborazione con S. Grappi, G. Marchi, E. Martinelli) Le implicazioni teoriche, manageriali e di policy della ricerca. In: T. Bursi, S. Grappi, E. Martinelli. Effetto "Country of origin". Un'analisi comparata a livello internazionale sul comportamento d'acquisto della clientela. p. 159-187, Bologna, :Il Mulino,

2012 – G. Nardin (in collaborazione con T. Bursi, G. Marchi, E. Martinelli), L'interazione tra fiducia e controllo negli accordi internazionali sui mercati emergenti, *Atti del IX Convegno della Società Italiana di Marketing*, Benevento, 20-21 Settembre

2013 – G. Nardin (in collaborazione con G. Marchi, E. Martinelli), La formazione delle alleanze internazionali nei mercati emergenti: un'analisi empirica, in Marchi G., Vignola M. (a cura di), *Fiducia e controllo nelle alleanze internazionali. Le imprese italiane e la sfida dei mercati emergenti*, Franco Angeli, Milano

2013 – G. Nardin (in collaborazione con G. Marchi, E. Martinelli), La governance delle alleanze internazionali: fiducia, controllo e incertezza, in Marchi G., Vignola M. (a cura di), *Fiducia e controllo nelle alleanze internazionali. Le imprese italiane e la sfida dei mercati emergenti*, Franco Angeli, Milano

2014 – G. Nardin (in collaborazione con G. Marchi), Organizing Creativity in the Italian Fashion Industry, *International Studies of Management and Organization*, 44, 1

2014 – G. Nardin (in collaborazione con G. Marchi, E. Martinelli), Creatività e nuovi modelli di business: esperienze nel settore della "alta cucina" in Italia, *Atti del XI Convegno della Società Italiana di Marketing*, Modena, 18-19 Settembre

2014 – G. Nardin (in collaborazione con G. Marchi, E. Martinelli, M. Vignola), Premium Private Label e prodotti tipici: un connubio di successo, *Atti del XI Convegno della Società Italiana di Marketing*, Modena, 18-19 Settembre

2014 – G. Nardin (in collaborazione con G. Marchi), Alleanze internazionali e mercati emergenti: l'esperienza del distretto ceramico di Sassuolo, *Economia e società regionale*, Milano, 32, 2