

FABIO ANCARANI

Fabioguido.Ancarani@Unibo.it

Full Professor of Marketing
University of Bologna

STUDIES

Master Degree in Management Economics at University Luigi Bocconi, Milan, in 1992

Ph.D in Management Economics, University Luigi Bocconi, Milan, in 1997

OTHER ACADEMIC POSITIONS

SDA Bocconi Area Marketing Director from 2010 to 2014

RESEARCH INTEREST AREAS

- Strategic Marketing
- Competition Analysis
- Pricing and value management
- Marketing Management Business to Business

PUBLICATIONS IN INTERNATIONAL PAPERS

F. Ancarani (coaut. F. Jacob, F. Jallat), "Cross Country Analysis of Price Dispersion in Online and Offline Worlds", Journal of Product and Brand Management, 2009

F. Ancarani (coaut. E. Gerstner, T. Posselt, D. Radic), "Could Higher Fees Lead to Lower Prices?", Journal of Product and Brand Management, 2009

F. Ancarani (2008), (coaut. B. Busacca, M. Costabile), "Customer Value Metrics", in Woodside A. et al. (eds), *Advances in Business Marketing and Purchasing. Creating Superior Value for the Customer*, Emerald, vol. 14, 2008: 149-204.

F. Ancarani, (coaut. F. Jallat), "Yield Management, Dynamic Pricing and CRM in Telecommunications", *Journal of Services Marketing*, 22, 6, 2008: 465-478.

F. Ancarani, (coaut. F. Sotgiu), "The Drivers of E-tailers' Price Levels", *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 15, 1, 2005: 75-89.

F. Ancarani, (coaut. F. Sotgiu), "A la poursuite des determinants du prix dans le commerce electronique", *Revue Francaise du Marketing*, 303, 3, 2005 : 119-131

F. Ancarani, (coaut. F. Jallat), « Marketing sur Internet: une étude comparative de prix sur le marché français », *Revue Francaise de Gestion*, 158, 31, 2005 : 207-225.

F. Ancarani, (coaut. V. Shankar), "Price Levels and Price Dispersion Within and Across Multiple Retailer Types. Further Evidence and Extension", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32, 2, 2004: 176-188.

F. Ancarani, (coaut. F. Sotgiu), "Exploring the Opportunities of Internet and Multichannel Pricing. An Exploratory Research", *Journal of Product and Brand Management*, 13, 2, 2004: 125-136.

F. Ancarani, (coaut. V. Shankar), "Symbian: Customer Interactions Through Competition and Collaboration in Convergent Industries", *Journal of Interactive Marketing*, 17 (1), 2003: 56-76.

F. Ancarani, "Pricing and the Internet: Frictionless Commerce or Pricer's Paradise?", *European Management Journal*, 20 (6), 2002 : 676-683.

BOOKS

F. Ancarani (coaut. P. Kotler, K.L. Keller e M. Costabile) "Marketing Management 14/E", Pearson, 2012

F.Ancarani, P.Musile Tanzi (a cura di) "Il marketing per le banche e le assicurazioni", Egea 2012

"Gli obiettivi e la metodologia della ricerca" (coaut. P.Musile Tanzi, R. Trinca Colonel) in F.Ancarani, P.Musile Tanzi (a cura di) "Il marketing per le banche e le assicurazioni", Egea 2012

"Le competenze di marketing nel settore bancario e assicurativo" (coaut. M.C. Cito, P.Musile Tanzi e C.Saibene) in F.Ancarani, P.Musile Tanzi (a cura di) "Il marketing per le banche e le assicurazioni", Egea 2012

"Marketing strategico e ricerca di marketing: quali legami e quali performance"?, (coaut. C.Saibene) in AA.VV. "Prodotto, consumatore e politiche di mercato: quaranta anni dopo" Scritti in onore di Stefano Podestà, EGEA Online, 2012

F.Ancarani (a cura di), "Marketing & Sales Excellence", Egea, Milano, 2011

"I casi eccellenza nel marketing: Enel Energia" (coaut. S. Lo Nostro, M.C.Cito) in F.Ancarani (a cura di), "Marketing & Sales Excellence", Egea, Milano, 2011

"I casi di eccellenza nel marketing: Vodafone Italia" (coaut. .Guindani, A.Duilio, A.Rossini, M.C.Cito, A.Scarpa) in F.Ancarani (a cura di), "Marketing & Sales Excellence", Egea, Milano, 2011

"I casi di eccellenza nel sales: Enel Energia" (coaut. N.Lanzetta, M.C.Cito) in F.Ancarani (a cura di), "Marketing & Sales Excellence", Egea, Milano, 2011

F.Ancarani, E.Valdani, "Marketing Metrics. Il marketing che conta." Egea, Milano, 2011

F. Ancarani, (coaut. M. Costabile), "Co-opetition Dynamics in Convergent Industries. Designing Scope Connections to Combine Heterogeneous Resources", in Coopetition. Winning Strategies for the 21st Century , (eds. Sandro Castaldo, Giambattista Dagnino, Frédéric Le Roy, Saïd Yami), Edward Elgar, Cheltenham, UK: 216-238, 2010.

F. Ancarani (coaut. E. Valdani), Marketing Strategico vol 1 Analisi dell'ambiente competitivo, Egea, Milano, 2009

F. Ancarani (coaut. E. Valdani), Marketing Strategico vol 2 Manovre e Strategie di Marketing, Egea, Milano, 2009

F. Ancarani (coaut. E. Valdani), Marketing Strategico vol 3 I risultati delle strategie di marketing, Egea, Milano, 2009

F. Ancarani (coaut. M. Costabile), *Concorrenza Ibrida*, Pearson Financial Times, Milano, 2009

F. Ancarani (coaut. B. Busacca, M. Costabile), "La definizione e la gestione del prezzo", in Castaldo, S. (a cura di), *Marketing e Fiducia*, Il Mulino, Bologna, 2009, pp. 209-233.

F. Ancarani (coaut. M. Costabile), "Convergenza: alleanze di scopo e scopo delle alleanze. Casi di studio ed ipotesi di ricerca", in Cherubini S. (a cura di), *Scritti in Onore di G. Eminente*, Franco Angeli Editore, 2008, pp. 109-144

F. Ancarani, *Il prezzo in Rete. Da minaccia ad opportunità per il marketing*. Etaslibri, Milano, 2004.

F. Ancarani, (coaut. B. Busacca, M. Costabile), *Prezzo e Valore per il cliente. Tecniche di misurazione ed applicazioni manageriali*, Etaslibri, Milano, 2004.

F. Ancarani, (coaut. E. Valdani, S. Castaldo), *Convergenza. Nuove traiettorie per la competizione*, Egea, Milano, 2001

F. Ancarani, (a cura di), (co-autore E. Valdani), *Strategie di marketing del territorio. Generare valore per le imprese ed i territori nell'economia della conoscenza*, Egea, Milano, 2000.

F. Ancarani, *Concorrenza e analisi competitiva. Una prospettiva d'impresa*, Egea, Milano, 1999.

F. Ancarani, (a cura di), (co-autore E. Valdani), *I processi di marketing*, Egea, Milano, 1997.