

FRANCESCO DE ROSE

francesco.derose@coopitalia.coop.it

Professore di Category Management – Master in Gestione d’Impresa Retail Management
Negoziazione – Master in Sales & Marketing Management
Bologna Business School
Università di Bologna

ACADEMIC POSITIONS

Direttore Executive Programme in Trade Marketing & Sales Management, Bologna Business School.

Coordinatore Indirizzo Largo Consumo, Master in Gestione d’Impresa, Bologna Business School.

Docente Category Management, Trade Marketing, Negoziazione, Bologna Business School.

dal 2006-2010, **Professore a contratto corso “Trade Marketing e Business to Business Marketing”** -
Facoltà di Economia dell’Università di Bologna.

OTHER POSITIONS

Category Manager in Coop Italia, settore Dolciario.

Team leader negoziabile in Centrale Italiana (Centrale acquisti di Coop, Despar, Sigma, Gigante, Disco Verde) – Settore Dolciario.

2005 – 2006, Coop Italia - **Resp. Progetti Category Management** tra Industria e Distribuzione. Mercati Grocery.

2000-2004, Coop Italia - **Category Manager** – Settori bevande (alcoliche e non alcoliche), prima colazione, pet care.

1996-2000, Coop Italia - Settore Marketing - Posizione di **Sviluppo Category Management e Selezione Assortimenti**. Settori: Bevande, Freschissimi.

1990-1995, Coop Adriatica - **Responsabile per le Analisi e Ricerche di Marketing**, all’interno del settore Marketing Strategico.

1990-1991, Agenzia Polis: **Consulenza marketing territoriale e servizi alle imprese**

1989-1990, **Analisi di settore e consulenza** – Mercati Industriali

1988-1989, Esperienze di progetto e ricerche di mercato nel **Marketing Turistico**.

EDUCATION

1989, Master per "Agenti di Sviluppo" – Cescot, Bologna. Contenuti: Sviluppo nuove imprese, Marketing territoriale, Marketing turistico.

1986, Laurea in Economia e Commercio, presso l'Università degli Studi di Bologna, con votazione 104/110: - Indirizzo di studi: aziendale – Argomento di tesi: Marketing Internazionale nelle PMI. Analisi competitiva settore pipa. Relatore: G. Lorenzoni (Prof. di Strategia Aziendale).

Giugno 1979, Diploma dell'Istituto Tecnico Commerciale, conseguito a Cosenza, con voti 52/60.

Altri corsi di formazione

- Negoziazione – The Gap Partnership, 2009
- Marketing percettivo - Trevisani, 2009
- Leadership - Forma del tempo, 2004
- Category Management - KPMG, 2004
- Category Management - Roland Berger, 2001
- Category Management - SDA Bocconi, 1998
- Category Management - Iri Infoscan, 1997
- Category Management - Ifor, 1997
- Qualità e customer satisfaction - Galgano, 1997
- Strumenti avanzati per le ricerche di marketing - SDA Bocconi, 1994
- Customer Satisfaction - Demoskopea, 1993
- Sistemi Informativo di marketing - Galgano, 1991
- Segmentazione e posizionamento - Omega Generation, 1990

Conoscenze informatiche

Excel, Word, Power Point, Software Banche dati (IRI Applic. Manager, Nielsen Scan T.), Software per display (Spaceman), Software Statistici (SPSS).

LANGUAGES

Inglese Intermedio.