

# SIM per i professionisti e le imprese

*Per crescere insieme condividendo conoscenza*

## INDICE

---

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| CHI SIAMO                          | 2  |
| STORIA E VALORI                    | 3  |
| SERVIZI E TARGET                   | 4  |
| SEZIONE PER PROFESSIONAL           | 5  |
| SEZIONE PER IMPRESE                | 9  |
| LINK ALLE PRINCIPALI ATTIVITA' SIM | 14 |
| LA NOSTRA RIVISTA SCIENTIFICA      | 15 |
| GOVERNANCE                         | 16 |
| CONTATTI                           | 17 |



## FONDAZIONE E MISSION

La Società Italiana Marketing (SIM) è un'associazione **senza fini di lucro**, fondata nel 2003, che mira a svolgere un ruolo d'innovazione e consolidamento culturale nell'ambito del **Marketing**, a beneficio della comunità accademica, professionale e imprenditoriale italiana.



## I NOSTRI INTERLOCUTORI

Studiosi, docenti, imprese, manager, professionisti, enti e organizzazioni non profit, collaborano al fine di facilitare lo scambio e di agevolare le attività di ricerca, le iniziative editoriali e la formazione continua.

## IL NOSTRO IMPEGNO

- Promuovere la **collaborazione** con **imprese, istituzioni e organizzazioni non profit**
- Costituire un **punto di riferimento** per le organizzazioni di settore straniere (accademiche e professionali)
- **Disseminare** la **conoscenza**, promuovere la **raccolta** e la **diffusione** dei contributi della **ricerca scientifica**
- Contribuire alla qualificazione della didattica universitaria o post-universitaria, inclusi i corsi di dottorato e i master
- **Promuovere** attività di **ricerca e iniziative editoriali**, organizzare **convegni, seminari** e altri momenti di confronto tra esperti di marketing
- **Costituire** un **punto di riferimento** per le istituzioni nazionali per la **regolamentazione** e la **normativa** delle attività che ricadono nell'ambito del marketing e della comunicazione
- **Premiare** il **merito** nel **mondo accademico e professionale** conferendo premi annuali ai ricercatori e ai professionisti che si sono distinti per i risultati conseguiti in quest'ambito.



## LA NOSTRA STORIA

- **1988:** Nasce il Premio Marketing per l'Università per iniziativa di Philip Morris
- **2003:** Nasce la **Società Italiana Marketing**
- **2004:** Primo Convegno Annuale. Nasce la rivista scientifica Mercati e Competitività
- **2006:** La Società Italiana Marketing eredita il Premio Marketing per le Università. Nasce lo Steering Committee
- **2014:** Nasce Spaghetti Marketing (ora Marketing post). Nasce la Consulta Junior della SIM
- **2015:** Nasce il Research Colloquium
- **2017:** Viene istituito il Premio Marketer of the Year
- **2018:** Viene istituita la Scuola di Metodologia della ricerca SIMA-SIM
- **2019:** La rivista scientifica SIM Mercati e Competitività diventa "Italian Journal of Marketing" (in lingua inglese)
- **2020:** Nasce l'edizione Management & Marketing Cases in collaborazione con la casa editrice Pearson
- **2021:** Viene pubblicato il Manifesto del Marketing. Si costituisce l'Advisory Board
- **2022:** Nascono le iniziative SIM Seminar e Webinar
- **2023:** Restyling visual identity della SIM
- **2024:** Nasce il Premio SIM Marketing for Good
- **2024:** La consulta Junior diventa SIM Junior Faculty
- **2025:** Nasce il SIM Meet the Author
- **2025:** L'Italian Journal of Marketing è indicizzato Scopus e ranking SCIMAGO Q2
- **2025:** Nasce SIM Mid career



Il Manifesto del Marketing

## I NOSTRI VALORI

### Passione

Ci impegniamo a diffondere la cultura del marketing in ambito accademico e professionale

### Responsabilità

Lavoriamo per divulgare la ricerca scientifica di marketing, nel rispetto delle persone, del territorio e delle imprese

### Crescita intellettuale

Favoriamo la crescita culturale degli accademici e dei professionisti del marketing garantendo equità di accesso alla conoscenza

### Innovazione

Sosteniamo il valore dell'innovazione come leva del cambiamento e del miglioramento continuo

### Together

Stimoliamo il lavoro di squadra tra imprese, professionisti, università e istituzioni

### Better Marketing

Crediamo che il marketing, costruendo relazioni basate sulla fiducia, possa costituire un fattore di crescita per le aziende, l'economia e la società in generale

La SIM è una comunità scientifica che svolge attività di coordinamento e supporto per i propri soci, siano essi accademici che professional di marketing. Pur godendo di un’ampia base di soci accademici, la SIM è sempre stata aperta e sensibile alle nuove tendenze, alla rilevanza della ricerca scientifica e al coinvolgimento dei membri della business community.



La SIM ha **quattro target principali** (accademici, studenti, professional e imprese) e sostiene varie attività rappresentate nella Tabella 1. Maggiori informazioni sui servizi per i professionisti e per le imprese sono dettagliate nelle prossime pagine.

La SIM comunica a diversi target attraverso **tre website**: il [sito ufficiale SIM](#), il [sito del Premio Marketing](#) e il [sito della rivista scientifica Italian Journal of Marketing](#) che contano varie decine di migliaia di *impressions* mensili. Inoltre, la SIM è presente in una pagina **Linkedin** ufficiale con oltre 12.000 follower, una **pagina Facebook** dedicata al Premio Marketing (4.500 follower), una pagina **Linkedin** della rivista ITJM (circa 2.000 follower), un **Blog** e un canale YouTube.

La SIM, quale associazione scientifica senza fini di lucro, opera in un contesto caratterizzato da un relativo equilibrio di risorse, umane e finanziarie, in grado di sostenere le attività definite rispetto a specifici target; alcune di queste attività sono realizzabili solo grazie al sostegno economico di soci sostenitori, sponsor e partner che appartengono alla **business community**.

**Tabella 1: Servizi e target della Società Italiana Marketing**

| Servizi/<br>Target  | Eventi  | Education  | Ricerca  | Premi                  |
|---------------------|---|--|--|------------------------|
| <b>Accademici</b>   | SIM Conference<br>Assemblea dei soci<br>Webinar & Seminar             |  | Climber community<br>Doctoral colloquium<br>Meet the Author<br>Italian Journal of Marketing<br>Forum Ricerca<br>SIM Junior Faculty<br>SIM Mid Career | SIM Awards             |
| <b>Studenti</b>     |   | Premio Marketing<br>Marketing for Good                                 | Management & Marketing cases   | OpenBadge<br>Attestati |
| <b>Professional</b> | SIM Conference<br>Assemblea dei soci<br>Webinar & Seminar<br>SIM Talk |  | SIMPro   | Marketer of the year   |
| <b>Imprese</b>      | SIM Conference<br>Assemblea dei soci<br>Webinar & Seminar<br>SIM Talk | Premio Marketing<br>Marketing for Good<br>Management & Marketing cases | Ricerca “per SIM”  |                        |

# SIM per i professional

*Per crescere insieme condividendo conoscenza*



---

Alla SIM, associazione scientifica con soci in prevalenza accademici, possono iscriversi anche i professional, ovvero manager, professionisti e imprenditori interessati al marketing.



I soci SIM professional in regola con la quota annuale SIM hanno diritto di partecipare a tutti gli eventi sociali, tra cui il convegno annuale (SIM Conference), l'assemblea dei soci, i seminar, i webinar, le tavole rotonde con le imprese (SIM Talk), e altre attività come descritte di seguito.

Dal 2025 la SIM si sta aprendo sempre più alla business community e ha bisogno anche dei professional per generare insieme aggiornamento e innovazione all'insegna di un marketing efficace e responsabile.



### SIM CONFERENCE

La SIM Conference è il convegno annuale e il principale appuntamento della SIM dedicato ai soli soci: coinvolge circa 400 partecipanti (principalmente accademici) e prevede altresì la presenza di imprese e professionisti per stimolare un dibattito tra mondo accademico e business community.

La SIM Conference si articola in workshop e sessioni parallele con la presentazione dei risultati di numerose ricerche scientifiche.

### SIM SEMINAR E WEBINAR

Si tratta di eventi di aggiornamento e dibattito su argomenti di frontiera che si tengono online (webinar) oppure in presenza (seminar) e sono organizzati dalle sezioni tematiche della SIM su molteplici temi rilevanti per il marketing.

La struttura è generalmente la seguente: presentazione dei guest speaker, contributo di un *discussant*, dibattito tra i partecipanti.

I SIM Seminar hanno contenuti prettamente scientifici mentre i SIM webinar sono pensati per coinvolgere la business community dando più enfasi alle implicazioni manageriali.

### VANTAGGI PER I PROFESSIONAL

- Relazioni dirette con il mondo accademico
- Confronto tra accademia e business community su temi rilevanti di marketing management
- Aggiornamento sui principali risultati delle ricerche scientifiche

### COME PARTECIPARE

A tutti i soci è richiesta una registrazione con fee, necessaria per coprire i costi legati all'evento. I soci (accademici e professional) possono iscriversi alla SIM Conference tramite la pagina dedicata nel sito web [www.simktg.it](http://www.simktg.it)

### VANTAGGI PER I PROFESSIONISTI

- Intensificare la relazione con le Università
- Condivisione della conoscenza
- Possibilità di partecipare attivamente

### COME PARTECIPARE

Il socio professional può partecipare iscrivendosi ai diversi SIM Seminar e Webinar tramite la pagina dedicata nel sito web [www.simktg.it](http://www.simktg.it)

Per proporre temi di interesse o per dare disponibilità come speaker è possibile inviare una mail a [info@simktg.it](mailto:info@simktg.it)

### SIM TALK

La SIM TALK nasce nell'ambito del convegno annuale ed è una tavola rotonda in cui le imprese si confrontano su tematiche attuali di marketing management.

La SIM TALK si sta sviluppando anche come progetto diffuso a livello locale, con l'intento di alimentare le relazioni tra accademici e imprese sul territorio di riferimento.

### ASSEMBLEA DEI SOCI SIM

L'assemblea dei soci è un appuntamento annuale in presenza finalizzato alla discussione e approvazione dei necessari adempimenti societari.

Dal 2025 è divenuto un evento di interazione tra accademici e professional. A questo evento i rappresentanti delle imprese (CEO, CMO) condividono opinioni ed esperienze offrendo interessanti spunti sul ruolo attuale e futuro del marketing nella corporate strategy.

### SIM PRO

SIM Pro è il programma, ancora in fase di progettazione, a beneficio dei soci professionisti che lavorano in azienda, agenzia, società di consulenza o istituto di ricerca. Le attività sono in corso di definizione e su questo progetto abbiamo bisogno di idee e supporto.

### MARKETER OF THE YEAR

Si tratta di un riconoscimento che la SIM assegna a un/una protagonista del mondo del marketing (imprenditore, manager o professionista) distintosi per i risultati conseguiti nell'anno di riferimento. La procedura per identificare i candidati è sostenuta da una commissione ad hoc. Il vincitore o la vincitrice è nominato/a dal Consiglio di Presidenza SIM.

### VANTAGGI PER I PROFESSIONISTI

- Network accademico e professionale
- Aggiornamento continuo

### COME PARTECIPARE

Il socio professional può partecipare iscrivendosi alla SIM Talk tramite la pagina dedicata nel sito web [www.simktg.it](http://www.simktg.it)

### VANTAGGI PER I PROFESSIONISTI

- Momento di confronto e di interazione
- Accesso al network della SIM
- Partecipazione attiva alla vita sociale

### COME PARTECIPARE

I soci, in regola con la quota annuale, sono convocati via email e possono confermare la loro presenza.

### VANTAGGI PER I PROFESSIONISTI

- Visibilità nel network SIM
- Confronto con il mondo dei professionisti in ambito marketing

### COME PARTECIPARE

Il socio professionista può proporre le proprie idee di persona o scrivendo a [info@simktg.it](mailto:info@simktg.it)

### VANTAGGI PER I PROFESSIONISTI

- Conoscenza di storie ed esperienze di manager di successo

### COME PARTECIPARE

I soci professionisti possono partecipare all'evento di premiazione del Marketer of the Year.

### DIVENTA UN SOCIO PROFESSIONAL

Alla SIM possono iscriversi i manager, i professionisti e gli imprenditori interessati al marketing e desiderosi di partecipare attivamente alle iniziative proposte dalla Società Italiana Marketing.

Per perfezionare la sua iscrizione il professional deve essere presentato da un socio accademico: basta compilare il modulo di ammissione disponibile sul sito [www.simktg.it](http://www.simktg.it) allegando il proprio CV e indicando il nominativo del socio SIM di riferimento.

La domanda verrà vagliata dal Consiglio di Presidenza SIM e l'esito sarà comunicato via email dalla segreteria organizzativa.

### QUOTA ANNUALE

Il socio professional ammesso alla SIM versa la quota di iscrizione annuale (200 Euro) e figurerà come Socio Aggregato (come definito dallo Statuto) con il ruolo di "Professional" nella comunità SIM.

La quota comprende l'iscrizione all'Associazione e la partecipazione alle attività istituzionali dell'Associazione. Alcune attività associative prevedono una *fee* separata di iscrizione per coprire le spese organizzative (SIM Conference, SIM Seminar).

### LE OPPORTUNITA' DI ESSERE UN SOCIO SIM

- Partecipare al Convegno annuale e all'Assemblea dei soci e alle altre iniziative SIM
- Accesso al network accademico, internazionale e professionale della SIM
- Essere speaker o promotore di iniziative, seminari, workshop.



**PER ISCRIVERTI SUBITO  
ACCEDI DAL QR CODE**



# SIM con le imprese

*Per crescere insieme condividendo conoscenza*



Le imprese possono sostenere in modi diversi la Società Italiana Marketing partecipando alle varie iniziative proposte o promuovendo nuove idee e collaborando al loro sviluppo. Sostenere SIM significa contribuire a un progetto con un forte impatto sociale e a favore della ricerca e della didattica nell'ambito del marketing, promuovendo il dialogo tra mondo accademico e realtà aziendali.



L'impresa sostenitrice, in regola con la quota annuale, tramite il suo referente delegato può prendere parte a tutti gli eventi sociali tra cui il convegno annuale (SIM Conference), l'assemblea dei soci, i seminar, i webinar, le tavole rotonde con le imprese (SIM Talk), altre attività e progetti creati ad hoc. L'impresa sostenitrice può inoltre promuovere iniziative divulgative e/o progettuali, da sola o in collaborazione con il network delle imprese sostenitrici SIM su base territoriale o nazionale.



### SIM CONFERENCE

La SIM Conference è il convegno annuale e il principale appuntamento della SIM e coinvolge circa 400 partecipanti. I partecipanti sono principalmente accademici, ma imprese e professionisti sono sempre i benvenuti per garantire un proficuo scambio tra mondo accademico e business community. Sul sito ufficiale sono riportati i [temi della corrente e passate edizioni](#).

La SIM Conference si articola in workshop e sessioni parallele con la presentazione dei risultati di numerose ricerche scientifiche. Le imprese possono proporre sezioni speciali su argomenti di attualità rilevanti nel loro settore.

### VANTAGGI PER LE IMPRESE

- Relazioni dirette con il mondo accademico
- Confronto scientifico sui temi più rilevanti nel mondo del marketing di oggi
- Aggiornamento sui principali risultati delle ultime ricerche accademiche

### COME PARTECIPARE

Il socio impresa può partecipare alla conferenza iscrivendosi tramite la pagina dedicata nel sito web [www.simktg.it](http://www.simktg.it)

### SIM WEBINAR & SEMINAR

Sono eventi che si tengono online (webinar) oppure in presenza (seminar), sono organizzati [dalle sezioni tematiche della SIM](#) (e.g. branding, consumer behavior, b-to-b); come guest speaker sono invitati studiosi italiani e stranieri oppure imprenditori e professionisti. La struttura è generalmente la seguente: presentazione dei guest speaker, contributo di un *discussant*, domande e risposte con i partecipanti.

I SIM Seminar hanno contenuti prettamente scientifici per un pubblico accademico e generalmente si tengono in presenza presso una sede universitaria italiana.

I SIM webinar invece sono pensati per coinvolgere la business community dando più enfasi alle implicazioni manageriali.

### VANTAGGI PER LE IMPRESE

- Intensificare la relazione con le Università
- Condivisione della conoscenza
- Possibilità di partecipare anche attivamente

### COME PARTECIPARE

Il referente dell'impresa sostenitrice regolarmente iscritta alla SIM, può partecipare registrandosi ai diversi eventi tramite la pagina dedicata nel sito web [www.simktg.it](http://www.simktg.it)

Per proporre temi di interesse o dare disponibilità per una testimonianza aziendale basta scrivere a [info@simktg.it](mailto:info@simktg.it)

### SIM TALK

La SIM TALK nasce nell'ambito del convegno annuale ed è una tavola rotonda in cui le imprese e i loro rappresentanti si confrontano sulla tematica del convegno, moderati da un giornalista o da un esperto. La SIM TALK si sta sviluppando anche come progetto diffuso in tutta Italia a livello locale con l'intento di alimentare le relazioni tra accademici e imprese di riferimento sul territorio.

### VANTAGGI PER LE IMPRESE

- Network accademico e professionale
- Aggiornamento continuo

### COME PARTECIPARE

Il socio sostenitore impresa può proporre attivamente le proprie idee partecipando alla vita sociale o scrivendo a [info@simktg.it](mailto:info@simktg.it)

### DIVENTA UN CASO

Un socio sostenitore impresa può candidarsi per diventare "un caso studio", e quindi essere soggetto di un caso della collana "Management & Marketing Cases edito dalla Pearson" per fini didattici con visibilità su docenti e studenti universitari, o di un articolo divulgativo in riviste di marketing lette da un pubblico di professionisti.

### VANTAGGI PER LE IMPRESE

- Divulgare la storia della propria azienda in chiave didattica ad un target accademico e studentesco

### COME PARTECIPARE

Il socio sostenitore impresa può proporre attivamente la propria disponibilità scrivendo a [info@simktg.it](mailto:info@simktg.it)

### ASSEMBLEA DEI SOCI SIM

L'assemblea dei soci è un appuntamento che riguarda adempimenti societari, ma che costituisce anche un momento di confronto e di ritrovo per i soci. Vorremmo che diventasse un evento di confronto e interazione con il mondo delle imprese e dei professionisti. A questo scopo saranno invitati rappresentanti delle imprese (CEO, CMO) a rappresentare il proprio punto di vista sul ruolo del marketing nella corporate strategy. L'assemblea dei soci si tiene in presenza.

### VANTAGGI PER LE IMPRESE

- Momento di confronto e di interazione
- Accesso al network della SIM
- Partecipazione attiva alla vita sociale

### COME PARTECIPARE

I soci sostenitori, in regola con la quota annuale, sono convocati via email e possono confermare la loro presenza tramite un loro delegato.

### RICERCA

La SIM offre alle imprese l'accesso diretto a un patrimonio unico di competenze scientifiche e know-how operativo, grazie alla collaborazione attiva tra accademici e professionisti del marketing. Le imprese possono commissionare progetti di ricerca ad hoc, approfondimenti tematici o focus strategici calibrati sui propri bisogni specifici, contribuendo così da generare insight rilevanti e immediatamente applicabili. Le imprese possono sostenere la ricerca anche per contribuire a definire le future Research Priorities di Marketing.

### VANTAGGI PER LE IMPRESE

- Trovare ispirazione per soluzioni a problemi specifici
- Confronto con ricercatori esperti del tema oggetto dell'interesse del committente
- Trasferimento di conoscenza specializzata

### COME PARTECIPARE

I soci sostenitori hanno evidenza dei diversi progetti o materiale di approfondimento in diverse pagine del sito della SIM e nell'area riservata e possono proporre nuove idee in incontri dedicati.

### DIVENTA SOCIO SOSTENITORE

L'azienda interessata a partecipare alle iniziative promosse dall'associazione e contribuire attivamente può iscriversi come socio sostenitore. I soci sostenitori possono avere visibilità nei canali di comunicazione della SIM.

Per iscriversi alla SIM come "Socio sostenitore" l'azienda deve compilare il modulo di ammissione alla SIM, disponibile sul sito [www.simktg.it](http://www.simktg.it) motivando la propria candidatura.

Tale domanda verrà vagliata dal Consiglio di Presidenza SIM il cui esito viene comunicato via email dalla segreteria organizzativa. I vantaggi del socio sostenitore sono descritti a pag. 10 e 11.

### QUOTA ANNUALE

La quota associativa per l'impresa sostenitrice è di 500 Euro annuali.

La quota comprende l'iscrizione all'Associazione di un referente delegato che può partecipare a tutte le iniziative proposte.

Alcune attività associative prevedono una *fee* separata di iscrizione per coprire le spese organizzative (SIM Conference, SIM Seminar).

### LE OPPORTUNITA' DI ESSERE UN SOCIO SIM

- Partecipare al Convegno annuale e all'Assemblea dei soci e alle altre iniziative SIM
- Accesso al network accademico, internazionale e professionale della SIM
- Essere promotore o partecipare come di iniziative, seminari, workshop



L'impresa può anche decidere di sostenere la SIM in qualità di Sponsor. Il Socio Sostenitore non è obbligato a proporsi come Sponsor. Lo Sponsor non è in automatico un Socio Sostenitore e pertanto non è un socio SIM. La relazione con la SIM è definita come sponsorizzazione, con scopi e modalità definiti con l'azienda.

Vi sono diverse opportunità di sponsorizzazione:

- Premio Marketing SIM
- SIM Conference
- Progetti ad hoc.



*Working together for  
a better marketing*

#### SPONSOR PREMIO MARKETING SIM

Il Premio Marketing SIM è la principale competizione tra le studentesse e gli studenti di marketing delle Università Italiane. Da 37 anni gli studenti di oltre 30 Atenei sono chiamati a predisporre un piano di marketing, ogni anno diverso, relativo ad un prodotto/servizio proposto dall'impresa sponsor.

#### VANTAGGI

- Sito dedicato: [www.premiomarketing.com](http://www.premiomarketing.com)
- Redazione del caso aziendale
- Visibilità nei corsi di marketing di numerosi atenei italiani
- Coinvolgimento attivo di docenti e studenti sul caso aziendale

#### SPONSOR SIM CONFERENCE

L'azienda che sottoscrive un accordo di sponsorizzazione con una quota tra i 5.000 e i 10.000 Euro in occasione del Convegno annuale della SIM è considerato "Main sponsor".

L'azienda che sottoscrive un accordo di collaborazione offrendo servizi, diviene "Sponsor tecnico" fornendo beni e servizi di utilità per l'evento; lo sponsor tecnico avrà visibilità in sede locale, nei momenti e spazi relativi al tipo di fornitura offerta, durante la SIM Conference.

#### VANTAGGI

- Visibilità in tutti i materiali del Convegno
- Eventuale Totem espositivo alla Conference
- Eventuale redazione del caso aziendale in un articolo divulgativo
- Eventuale partecipazione alla SIM Talk della Conference o disposta in altra data
- Visibilità come Sponsor SIM nel sito
- Servizi e visibilità si concordano in sede di definizione del contratto.

#### SPONSOR PROGETTI AD HOC

L'azienda che sottoscrive un accordo di sponsorizzazione definisce il progetto, gli obiettivi e i risultati attesi con la Presidenza. Ad esempio, possono essere proposti progetti di ricerca "NOME IMPRESA per SIM", o concorsi con finalità di sostegno a particolari categorie di soci (secondo un budget concordato).

#### VANTAGGI

- Visibilità in tutti i materiali del progetto
- Altri vantaggi vengono concordati in relazione al progetto che verrà approvato.

**IL CONVEGNO ANNUALE: LA SIM CONFERENCE**

La Società Italiana Marketing organizza ogni anno la SIM Conference, occasione fondamentale di confronto tra ricercatori accademici, professionisti e formatori di marketing. Ogni anno la Conference è dedicata a un tema-guida che si colloca sulla frontiera della riflessione tecnico-scientifica sui temi di mercato e competitività. Le imprese possono sostenere la SIM Conference come Sponsor e partecipare attivamente al programma.



SIM CONFERENCE

**EVENTI- SIM SEMINARS & WEBINARS e SIM TALK**

Con i Webinar la SIM vuole stimolare il dibattito accademico in Italia e all'estero, la creazione di network di ricerca al di fuori dell'evento annuale della SIM conference, coinvolgendo non solo accademici stranieri ma anche manager di aziende italiane e non.

Con i *SIM Seminar series* studiosi internazionali e ricercatori SIM discutono i lavori accademici in corso, partecipano a dibattiti su temi di Marketing di particolare attualità.



AGENDA EVENTI SIM

**MARKETER OF THE YEAR**

Da sette anni SIM propone ed elegge il 'Marketer of the Year', una figura del mondo manageriale e imprenditoriale che nel corso dell'anno si è contraddistinta per particolari iniziative nel campo del marketing.



MARKETER OF THE YEAR

**PREMIO MARKETING**

Promuovi la tua azienda come caso dell'anno! Candida la tua azienda a diventare il caso studio del prossimo Premio Marketing. Il Premio Marketing è la competizione universitaria a carattere nazionale più famosa e longeva. Nasce nel 1988 e vede la partecipazione di più di 33 Atenei italiani, con oltre 600 piani di marketing inviati dagli studenti.



PREMIO MARKETING

**MARKETING FOR GOOD**

Marketing for Good è la competizione digitale organizzata ogni anno dalla SIM, nel corso della quale gli studenti e le studentesse di tutte le Università d'Italia sono chiamati ad utilizzare i propri canali social per promuovere un'organizzazione non profit (che cambia ogni anno). Se fai parte di un'organizzazione non profit puoi candidarti a diventare il prossimo caso!



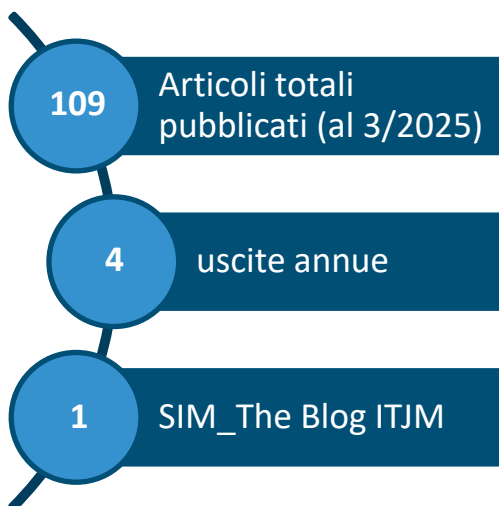
SIM MARKETING FOR GOOD

## ITALIAN JOURNAL OF MARKETING - ITJM

La SIM, attraverso la sua rivista scientifica **Italian Journal of Marketing (ITJM)**, peer-reviewed con Springer editore e indicizzata Scopus, pubblica articoli su vari temi del Marketing che abbiano un taglio innovativo e stimolante e che offrano un elevato livello di contributo teorico e pratico. La rivista è aperta a tutti gli approcci teorici e metodologici da parte di Autori italiani e stranieri.



## I NUMERI DELLA RIVISTA ITJM



Leggi il Blog



## Editorial board

### Editor-in-Chief

- **Luca Petruzzellis** - University of Bari Aldo Moro, Italy

### Associate Editors

- **John B. Ford** - Old Dominion University, Norfolk, VA, USA (USA)
- **Angela Paladino** - University of Melbourne, Australia (Far East and Oceania)
- **Felipe Pantoja** - Montpellier Business School, France (South America)
- **Marco Visentin** - University of Bologna, Italy
- **Lia Zarantonello** - University of Roehampton, London, UK (Europe)

## Advisory Board

- **Barry Babin** - The University of Mississippi, Oxford, MS, USA
- **Richard Bagozzi** - University of Michigan, Ann Arbor, MI, USA
- **Bernard Cova** - Kedge Business School, Marseille, France
- **Tulin Erdem** - New York University, NY, USA
- **David A. Griffith** - Texas A&M University, College Station, TX, USA
- **Peter Leeflang** - University of Groningen, The Netherlands
- **Gianpiero Lugli** - University of Parma, Italy
- **Pauline Maclaran** - Royal Holloway University of London, Egham, UK
- **Stefano Puntoni** - University of Pennsylvania, Philadelphia, PA, USA
- **Riccardo Varaldo** - Sant'Anna School of Advanced Studies, Pisa, Italy
- **Russell S. Winer** - New York University, USA
- **Jochen Wirtz** - National University of Singapore, Singapore

## GOVERNANCE DELLA SIM

### **Presidente della SIM**

Daniele Dalli (Università degli Studi di Pisa)

### **Vicepresidente e Presidente Steering Committee SIM**

Nicola Neri (Amministratore Delegato IPSOS)

### **Segretario generale della SIM**

Paola Signori (Università degli Studi di Verona)

### **Editor della Rivista Italian Journal of Marketing (ITJM)**

Luca Petruzzellis (Università degli Studi di Bari)

### **Presidente del Premio Marketing**

Enrico Bonetti (Università della Campania "Luigi Vanvitelli")

### **Former President della SIM**

Angelo Di Gregorio (Università Bicocca di Milano)

### **Gruppo di Lavoro SIM per Imprese e Professionisti**

*Angelo Di Gregorio, Università Milano Bicocca - Nicola Neri, IPSOS - Enrico Bonetti, Università della Campania "Luigi Vanvitelli" - Giacomo Del Chiappa, Università di Sassari - Sebastiano Grandi, Università Cattolica del Sacro Cuore Sede di Piacenza - Fabio Ancarani, Università di Bologna*

## STEERING COMMITTEE DELLA SIM

**Luca Bonansea** - Head of Private Banking and Wealth Management Division - BNL BNP Paribas

**Sabina Belli** - CEO - Pomellato Group

**Gabriele Burgio** - Amministratore delegato- Alpitour

**Marcello Cattani** - President & Managing Director, Italy & Malta - Country Lead

**Gianluca Corti** - Co-CEO - Wind Tre

**Giusto Curti** - Managing Director Dole Italy - Dole Food

**Matteo De Tomasi** - AD e Presidente - Michelin Italia

**Alessandro D'Este** - CEO - Gruppo AIA-Veronesi

**Giorgia Favaro** Managing Director – McDonald's Italy

**Antonio Fazzari** - General Manager e Chief Operating Officer – Fater

**Fabrizio Gavelli** - AD e Presidente – Ferrero Commerciale Italia

**Domenico Ioppolo** - CEO Campus- Gruppo Class

**Luigi Lazzareschi** - Group CEO, Managing Director - Sofidel

**Filippo Manucci** - President & CEO - Fiabila

**Carla Masperi** - Amministratore delegato - SAP

**Edoardo Mantovani** - Country Manager Italia, Spagna e Portogallo - Villeroy&Boch Srl

**Francesco Mutti** - Amministratore delegato - Mutti SpA

**Nicola Neri** - CEO - Ipsos

**Massimo Noviello** - Amministratore delegato - O-I Italy SpA

**Mara Panajia** - Presidente & CEO - Henkel Italia

**Alberto Santilli** - Managing Director – Toyota Motor Italia Spa

**Lorenzo Sarvello** - AD & Managing Director - BRITA Italia

**Sabrina Staiano** - Head of Amazon Business Marketplace Italy - Amazon

**Gianluca Testa** - Managing Director, Southern Europe, the U.K. and European Central Operations - Avis Budget Group

**Giusy Violante** - Managing Director - Sky Media



*Working together for  
a better marketing*



## CONTATTI

---

**BARBARA AMICI**

RESPONSABILE ORGANIZZATIVA

SIM - SOCIETÀ ITALIANA MARKETING

DIPARTIMENTO COMUNICAZIONE E RICERCA SOCIALE - CORIS

SAPIENZA, UNIVERSITÀ DI ROMA

VIA SALARIA 113, 00198

MOB. +39.346.4010937

[WWW.SIMKTG.IT](http://WWW.SIMKTG.IT)