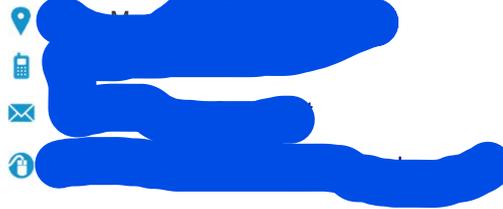


## INFORMAZIONI PERSONALI

## Giancarlo Nadin

ESPERIENZA  
PROFESSIONALE

Da 2008 **Docente universitario a contratto**  
Insegnamento e ricerca in ambito accademico in economia aziendale e marketing  
Università Cattolica del Sacro Cuore, Università di Macerata

Da 2004 **Consulente e formatore free-lance**  
**Consulente di direzione** nell'ambito del marketing, vendite, commerciale e controllo di gestione nei seguenti settori: automotive, meccanica, farmaceutico, abbigliamento, alimentare e servizi.  
Marketing analytics, BI, CRM, ERP, Digital Innovation, innovazione nei servizi, gestione Retail e reti di vendita, BtoB, Business plan, Company evaluation, M&A, sistemi di indirizzo e controllo per SME.  
**Formatore** (incarichi extra universitari) per Istitutivi di formazione:  
ITS: Fondazione Minoprio (CO), Fondazione Rosario Messina Sistema Casa (MB), Fondazione IATH Cernobbio (CO), Fondazione Agrorisorse (LO), Fondazione ITS agroalimentare (SO), IFTS: CIOFS (MI), OSFIN F.P. - Energheia (BS-BG), Galdus (MI), CFP Zanardelli (BS),  
Aree tematiche: Economia Aziendale, Marketing, Statistica e analisi dei dati per il processo decisionale, Comunicazione interna ed esterna

Da 1991 a 2004 **Consulente di direzione (dipendente-quadro)**  
Consulente di direzione aziendale alle dipendenze di Allaxia spa, Ts&Partners srl (TC Sistema), Consiel spa, Reconta Ernst & Young spa

## ISTRUZIONE E FORMAZIONE

Da 2004 a 2008 **Dottorato in gestione di impresa**  
Università Cattolica di Milano  
▪ Sviluppo e Gestione dei canali distributivi  
Votazione : Pieni voti

Da 1984 a 1991 **Laurea in economia e commercio**  
Università Cattolica di Milano  
Voto 100/110

Da 1978 a 1983 **Diploma di ragioneria**  
 IX ITC "Fabio Besta" Milano  
 Voto 56/60

COMPETENZE PERSONALI

Lingua madre italiano

Altre lingue

	COMPRESIONE		PARLATO		PRODUZIONE SCRITTA
	Ascolto	Lettura	Interazione	Produzione orale	
Inglese	C1	C1	C1	C1	C1
Francese	B2	B2	B2	B2	B2

Livelli: A1/A2: Utente base - B1/B2: Utente intermedio - C1/C2: Utente avanzato  
[Quadro Comune Europeo di Riferimento delle Lingue](#)

Competenze organizzative e gestionali Capacità di guida di gruppi di lavoro e di aula risultato di anni di esperienza

Competenze professionali buona capacità di presidio dei processi di formazione per adulti

Competenze digitali

AUTOVALUTAZIONE				
Elaborazione delle informazioni	Comunicazione	Creazione di Contenuti	Sicurezza	Risoluzione di problemi
Avanzato	Avanzato	Avanzato	Base	Avanzato

Livelli: Utente base - Utente intermedio - Utente avanzato  
[Competenze digitali - Scheda per l'autovalutazione](#)

ULTERIORI INFORMAZIONI

Pubblicazioni ▪ Varie pubblicazioni come riportato in allegato A

Io sottoscritto autorizzo il trattamento dei miei dati ai sensi del D. Lgs 196/2003 ed ai sensi del Regolamento UE 2016/679. Dichiaro inoltre di essere consapevole che le dichiarazioni false comportano l'applicazione delle sanzioni penali previste dall'art. 76 del D.P.R. 445/2000 ed ai sensi del Regolamento UE 2016/679, e che le informazioni riportate nel seguente curriculum vitae, redatto in formato europeo, corrispondono a verità.

Milano, 4 marzo 2025

Luogo e Data

  
 Firma

## ULTERIORI INFORMAZIONI

**Allegato A: elenco pubblicazioni****2021**

*Quando il turismo diventa Smart*, in *TURISMO 4.0 STORIA, DIGITALIZZAZIONE, TERRITORIO* (a cura di Giovanni Gregorini e Giuseppe Semeraro. Ed Vita e Pensiero 2021

**2016**

*La farmacia nelle cure primarie*, book written for *GlaxoSmithKline Italia*

**2015**

*Care services in community pharmacies: the role of Italian pharmacy in Pharmaceutical Care paper presented at the 14th International Marketing Trends Conference Paris, January 23-24 2015*

**2014**

*Pharmaceutical Care: la sfida per la farmacia del futuro: book written for GlaxoSmithKline Italia*

**2013**

*La sfida oltre la dispensa del farmaco: la farmacia quale presidio territoriale di cure primarie*, in *Ragiufarm n°133-gennaio-febbraio 2013 issn: 1120-9984* (in collaborazione con Annarosa Racca e Paolo Vintani)

**2012**

*Misura dell'esperienza e soddisfazione del paziente e Hospital Based HTA*, in *Atti del Congresso «XVII Convegno Nazionale Associazione Italiana di Economia Sanitaria» Roma 14-16 novembre 2012* (in collaborazione con Alessandra Tzannis)

*Chronic disease management in Lombardy's region: the challenge to co-opt physician and involve other operators on a network perspective*, in *Atti del Congresso «28th Annual IMP Conference» (Rome 13rd - 15th September 2012)*, impgroup, Uppsala 2012: 1-15 (in collaborazione con Alessandra Tzannis)

*Community Pharmacies: from dispensing drugs to pharmaceutical care. Actors involvement in the wider health service network*, in *Atti del Congresso «28th Annual IMP Conference» (Rome 13rd - 15th September 2012)*, impgroup, Uppsala 2012: 1-15

**2011**

*Elderly and health care services: the elements characterizing the patient satisfaction*, In *Atti del Congresso «14th Toulon - Verona Conference University of Alicante, Spain 1, 2, 3 September 2011* (in collaborazione con Alessandra Tzannis)

*Care services in community pharmacies: the italian pharmacist's perspective*, In *Atti del Congresso «14th Toulon - Verona Conference University of Alicante, Spain 1, 2, 3 September 2011* (in collaborazione con Alessandra Tzannis)

*La farmacia dei servizi: opportunità e soluzioni nell'integrazione all'assistenza sanitaria*, a cura di G. Nadin, *Tecniche Nuove - Milano*, Milano 2011: 1-204 (in collaborazione con G. Pacenti - W. Salemme).

*La segmentazione della distribuzione tradizionale nel settore fashion: esperienze nel comparto del capospalla*, «*Mercati e Competitività*», 2011; 1 (gennaio): 115-138.

*"Network Process Re-Engineering" in a Home Textile Network: The Importance of Business Relationships and Actor Bonds*, in *Fashion Supply Chain Management: Industry and Business Analysis by Tsan-Ming Choi (The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong) IGI Global July, 2011 (pages 212-234)* (in collaborazione con Enrico Baraldi)

**2010**

*Satisfaction of bi-fuel car owners: pro-environmental versus economic determinant*, «Proceedings of the International Conference Marketing Trends 2010», 2010; 1: 1-15.

**2009**

*The environmental awareness of car owners: the case of natural gas vehicles in Italy*, «International Journal of Automotive Technology and Management», 2009; 9 (2): 209 - 228 (in collaborazione con G.T. Savorgnani - M. Besana).

*Coopetition as a way to reinterpret distribution relationships with emerging automotive dealer groups*, «International Journal of Automotive Technology and Management», 2009; 9 (3): 316 - 333.

*Managing distribution relationships: evidence from the automotive market*, «International Journal of business & Economics», 2009; 8 (ottobre): 235-252 (in collaborazione con E. Baraldi).

*La segmentazione della distribuzione tradizionale nel settore fashion: esperienze nel comparto dei capospalla*, in *Atti del Convegno «VI convegno SIM - Società Italiana Marketing» (Firenze, 6 e 7 novembre 2009, 6-7 novembre 2009)*, SIM, Parma 2009: 21.

*Communications effects on trust and conflict management in distribution networks: the case of the automotive industry*, in *Atti del Congresso «25th Annual IMP Conference» (Marseille 3rd - 5th September 2009, 3-5 settembre 2009)*, impgroup, Uppsala 2009: 1-15.

**2008**

*Dealer-carmaker relationship: the dualities of trust and power dependence theories*, «International Journal of Automotive Technology and Management», 2008; 8 (1): 1-20.

*Environmental awareness of car owners: the case of natural gas vehicles in Italy*, paper, in *Atti del Congresso «16th GERPISA International Colloquium, Torino 18-20 giugno 2008» (torino, 18-20 giugno 2008)*, gerpisa, Torino 2008: 1-20 (in collaborazione con T. Savorgnani - M. Besana).

**2007**

*I rapporti di collaborazione e di conflitto tra case automobilistiche e reti di concessionari*, paper, in *Atti del Convegno «IV convegno della società italiana marketing» (roma, 5-6 ottobre 2007)*, SIMktg, Roma 2007: 20.

**2006**

*La razionalizzazione della rete di vendita: il caso Breil*, «Micro & Macro Marketing», 2006; 3: 465-486 (in collaborazione con D. Corsaro - S. Pizzoglio - S. Sacco).

*La segmentazione adattiva nei mercati business-to-business*, «Mercati e Competitività», 2006; novembre: 20 (in collaborazione con D. Corsaro - S. Pizzoglio - G. Lomonaco).

*The Challenges in digitalising business relationship. The construction of an IT infrastructure for a textile-related business network*, «Technovation», 2006; 26: 1111-1126 (in collaborazione con E. Baraldi).

*Il ruolo della fiducia nelle relazioni tra cliente e fornitore di servizi ad elevata intensità professionale e intellettuale*, «Micro & Macro Marketing», 2006; agosto: 269-94 (in collaborazione con R. Fiocca - F. Cecchet - A. Tzannis).

*The role of trust in building and developing Automotive Manufacturer-Dealer relationships*, paper, in *Atti del Convegno «22 nd IMP Conference, Milano, 2006.» (milano, 8-9 settembre 2006)*, IMP, Milano 2006: 20.

*The role of trust in building and developing Automotive Manufacturer-Dealer relationships*, working paper, in *Atti del Convegno «XXII IMP Conference» (Milano, 7-9 settembre 2006)*, IMP, Milano 2006: 1-20.

**2004 and previous years**

*Intercultural business communication among Italian and Chinese companies. A case study approach*, *Abstract of Convegno «The 6th ABC European Convention, Milan» (Milan, 20-22 maggio 2004)*, The 6th ABC European Convention, Milan, Milano 2004: 1 (in

collaborazione con L. Battaglia - L. Gobbin).

*The role of cultural differences in the dynamic of a relationship. The case of Italian and Chinese companies*, paper, in *Atti del Convegno «20th IMP Conference, Copenhagen, Denmark» (Copenhagen, Denmark, 1-4 settembre 2004)*, 20th IMP Conference, Copenhagen, Denmark, Copenhagen 2004: 15 (in collaborazione con L. Battaglia - L. Gobbin).

*Razionalizzare la gamma prodotti nei mercati maturi*, «Micro&Macro Marketing», 2003; n.2, agosto: 6.

*Pros And Cons Of The IT Support For The Business Relationships Between The Enterprises Of The Textile Supply Chain*, working paper, in *Atti del Congresso «Proceedings 19<sup>th</sup> I.M.P. Conference, , Settembre 2003» (Lugano, 4-6 settembre 2003)*, IMO Organization, www.impgroup.org, Lugano 2003: 25.

*La fisionomia dell'offerta turistica della provincia di Brescia*, in *Il turismo bresciano tra passato e futuro*, Vita e Pensiero, Milano 2002: 442.

*Database clienti e Business Intelligence: supporti per la gestione della relazione con il cliente*, «Sistemi & Impresa», 2001; luglio 2001: 10.

*Sales force automation: il controllo on line della rete di vendita*, «Amministrazione e Finanza», 2001; maggio 2001: 13.