

SOMMARIO

INTRODUZIONE (Aldo Burresi)	1
CAPITOLO PRIMO Specificità del tessile-abbigliamento italiano ed evoluzione dei rapporti acquirente-fornitore (Simone Guercini)	3
CAPITOLO SECONDO La rappresentazione del mercato in funzione dell'innovazione di prodotto nelle imprese del tessile e abbigliamento (Aldo Burresi e Simone Guercini)	29
CAPITOLO TERZO Il ruolo dei bureau de style nel network imprenditoriale per l'innovazione di prodotto tessile (Simone Guercini e Silvia Ranfagni)	61
CAPITOLO QUARTO Aspetti e forme di integrazione di filiera nella distribuzione del tessile/abbigliamento (Simone Guercini, Andrea Runfola, Silvia Ranfagni)	87
CAPITOLO QUINTO Le strategie di acquisto della distribuzione di abbigliamento: complessità del prodotto e internazionalizzazione della supply chain (Simone Guercini e Andrea Runfola)	121
CAPITOLO SESTO Comunicazione integrata nell'abbigliamento: strategie di marca e ruolo del punto vendita nella distribuzione specializzata statunitense (Gaetano Aiello e Raffaele Donvito)	143
CONSIDERAZIONI FINALI Programma di ricerca per il marketing della moda (Aldo Burresi, Gaetano Aiello, Simone Guercini)	173