

Collabora [Scrivi al Direttore](#)

Ultimo articolo delle **15:33** a cura di **Redazione Controcampus**

martedì, 5 agosto 2014



LE REDAZIONI: Centrale Supporto Redazione Periferiche Tg Campus Frequentemente

[WEBZINE](#)
[WEBTV](#)
[WEBRADIO](#)
[UNIVERSITÀ](#)
[APPUNTI](#)
[LAVORO](#)
[ANNUNCI](#)
[ASSOCIAZIONI](#)
[MISS ELOGIO](#)
[POESIE](#)

[HOME](#)
[Editoriale](#)
[In Rilievo](#)
[Università](#)
[Uni Nord](#)
[Uni Centro](#)
[Uni Sud](#)
[Uni Life](#)
[Ricerca](#)
[Erasmus](#)
[Scuola](#)
[A & E](#)
[Sport](#)

[Cultura](#)
[Eventi](#)
[Spettacoli](#)

Eventi

5 agosto 2014

De Nisco dell'Unisannio premiato con il "Best Thematic Paper Award"

Tweet [Mi piace](#) 1

Università degli Studi del Sannio di Benevento – Ricerca unisannio: Best Paper Award per un lavoro sul marketing strategico del prof. De Nisco



De Nisco premiato con il Best Paper Award

Nuovo importante riconoscimento internazionale, il Best Paper Award per il prof. Alessandro De Nisco, ricercatore e docente di Marketing strategico presso l'Università degli Studi del Sannio.

In occasione della 13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development, che si è tenuta presso l'Università Politecnica delle Marche, il suo studio dal titolo "An ugly store in a beautiful place? Exploring the effect of store interior and

urban design on consumers' inferences and store patronage intentions", scritto con la collega Michela Mason dell'Università di Udine, è stato premiato con il "Best Thematic Paper Award".

Best Paper Award al lavoro di ricerca del prof Alessandro De Nisco

Il lavoro è stato scelto tra 107 contributi presentati da professori internazionali e nazionali.

Lo studio – il primo nel suo genere – analizza l'influenza delle caratteristiche del design urbano sulla percezione dei punti vendita localizzati all'interno delle shopping street e sulle relative intenzioni di visita. In particolare, si basa su un esperimento condotto su un campione di 280 individui utilizzando dei videotape attraverso i quali sono stati "manipolate" diverse tipologie di ambienti urbani e di store interior. Come rilevato dagli autori, poiché in Italia numerose aree urbane stanno sostenendo ingenti investimenti in iniziative di riqualificazione estetica delle principali arterie commerciali, diventa di rilevante interesse comprendere se effettivamente tali interventi sono in grado di migliorare l'immagine, la qualità percepita e l'attrattiva dei punti vendita. D'altra parte, una valutazione approfondita dell'impatto esercitato

Ricerca Articoli

[Cerca](#)

Ricerca Appunti

[Cerca](#)

Ricerca Annunci

[Cerca](#)

[Settimana](#) [I più visti](#) [Archivio](#)



Corso sulla Narrazione

Ricerca



Effetti Euro sugli stati UE secondo una ricerca Bicocca

Università degli Studi di Milano - Bicocca - L'euro non ha fatto crescere l'interesse reciproco fra i Paesi che lo adottano Effetti Euro L'euro non ha fatto ...

[Italia](#) [Estero](#)

CC BY Controcampus [Mi piace](#)

Controcampus piace a 4.346 persone.



dall'ambiente esterno al negozio è di supporto anche per gli operatori retail, che possono orientare meglio le proprie scelte di localizzazione e dunque i propri investimenti commerciali. I risultati dell'esperimento, se da un lato sfatano alcuni "miti" legati alle scelte localizzazione – come quello che la scelta di una location prestigiosa rappresenta di per sé un elemento in grado di migliorare la percezione del punto vendita – d'altra parte, evidenziano che un design urbano di prestigio esercita un significativo "effetto moltiplicatore" che si manifesta in particolare sulle inferenze del consumatore relativamente alla qualità percepita del prodotto e del servizio e sulle intenzioni di visita. Lo studio rileva inoltre che la direzione di tale effetto moltiplicatore è determinata dall'estetica interna del punto vendita, per cui per un negozio caratterizzato da uno store interior scadente ma localizzato in un'area urbana pregevole le percezioni dei consumatori saranno peggiori rispetto a quelle rilevate per lo stesso punto vendita localizzato in un'area urbana dall'estetica non particolarmente curata. Viceversa, per un negozio caratterizzato da un'architettura interna di pregio, una location esteticamente curata è in grado di supportare in maniera molto significativa il miglioramento delle inferenze.

Il prof. Alessandro De Nisco è anche visiting scholar in Canada presso la Sprott School of Business della Carleton University e presso la University of Eastern Finland, dove insegna Fundamentals of Marketing Research. Quest'ultimo riconoscimento è il terzo Best Paper Award della carriera, dopo quello conseguito in Florida all'International Conference dell'European Institute of Retail and Service Studies (EIRASS) nel 2005 e quello conseguito al Consumer Behavior Tourism Symposium tenutosi a Brunico nel Dicembre del 2013.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Leggi anche



Preiscrizioni e prove d'accesso Unisannio



Tasse Università del Sannio: nuovo sistema per come calcolare le tasse a Unisannio



Gal Taburno e Unisannio: valorizzare eccellenze agroalimentari e artigianali



Unisannio: aggiornamento professionale e processi di riforma della P.A.



Plug-in sociale di Facebook

Erasmus



Erasmus: Bando per borse Erasmus+ per la mobilità di ...

Università degli Studi di Perugia - Bando per borse Erasmus+ per la mobilità di studenti Erasmus Le domande per per borse Erasmus+ entro le ore 12 del 7 aprile ...

Italia

Estero

Arts & Entertainment

CULTURA
Crocifissione e Santi del Beato ...



SPETTACOLI
Premio Charlot 2014: XXVI Edizione ...



EVENTI
Marcia per la Pace 2014 Perugi ...



CINEMA
Suor Cristina, The Voice 2014: ...



Associazioni



Infopoint Universitario: Studenti al Servizio degli ...

Intesa Universitaria presenta il progetto "Infopoint Universitario" Infopoint Universitario Nasce il progetto Infopoint Universitario – Studenti al Servizio ...

Universitarie

Culturali

Professionisti

Sport



Monoposto Unipg Racing Team RB 11.2 su YouTub

Università degli Studi di Perugia - La monoposto dell'Unipg Racing Team su YouTube. Ultimi test prima di scendere in pista Monoposto Unipg L'Unipg Racing Team sta ...

© 2004-2014 Controcampus è una testata registrata al Tribunale di Salerno n°1115 dal 23/09/2004
P.IVA 01271180778

Magazine di informazione su Scuola, Università, Ricerca, Formazione, Lavoro, Attualità, Tendenza,
Arts and Entertainment, Appunti, Web TV e Web Radio con foto, immagini e video.
Tutto quello che cercavi e devi sapere sui giovani e sulla loro vita.

[vuoi fare pubblicità?](#) [contatti](#) [area riservata](#) [webmail](#) [web agency](#)