

INFORMAZIONI PERSONALI **Giancarlo Nadin**ESPERIENZA
PROFESSIONALEDa 2008 **Docente a contratto**

Università Cattolica del Sacro Cuore
Insegnamento e ricerca in ambito accademico

Da 2004 **Consulente indipendente**

Collaborazione con aziende e istituzioni su iniziative di formazione e consulenza in tema di
e sviluppo commerciale

Partecipazione a progetti di ricerca e consulenza in ambito internazionale “europass”
Partecipazione a programmi per la diffusione e sviluppo dell’istituto del “contratto

DOCENTE CORSI DI FORMAZIONE

Incarichi di docenza per istituti di formazione pubblici e privati (formazione aziendali
programmi ITS con Galdus Milano, Fondazione Minoprio Como, Fondazione Rosario
(MB), Fondazione IATH Cernobbio (CO), Fondazione Agorisorse (LO), Fondazione I
IFTS presso CIOFS Cinisello Balsamo, OSFIN F.P. Brescia e Bergamo.

Da 1991 a 2004 **Dipendente in qualità di consulente**

Consulente di direzione aziendale alle dipendenze di Allaxia spa, Ts&Partners srl, Consiel s
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 1992 **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	COMPRENSIONE		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 comunicative possiedo buone competenze comunicative acquisite durante la mia esperienza di docente consulente

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](#)

Patente di guidaB

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 di essere consapevole che le dichiarazioni false comportano l'applicazione delle sanzioni penali previste dall' ai sensi del Regolamento UE 2016/679, e che le informazioni riportate nel seguente curriculum vitae, corrispondono a verità.

Milano 11 09 2024
 Luogo e Data



ULTERIORI INFORMAZIONI

Allegato A: elenco pubblicazioni

2021

Quando il turismo diventa Smart 4.0 STORIA, DIGITALIZZAZIONE, TERRITORIO (a cura di Giovanni Gregorini e G. 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 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 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 «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 from a patient perspective, in Atti del Congresso «28th Annual IMP Conference» (Rome 13rd - 15th September 2012), 1-15 (in collaborazione con Alessandra Tzannis)

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

2011

Elderly and health care services: the elements characterizing the patient's satisfaction, in Atti del Congresso «14th Toulon - Verdon 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 - Verdon 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, Milano, Milano 2011: 1-204 (in collaborazione con G. Pacenti - W. Salemm).

La segmentazione della distribuzione tradizionale nel settore fashion: esperienze nel comparto della moda, in «Competitività», 2011; 1 (gennaio): 115-138.

"Network Process Re-Engineering" in a Home Textile Network: The Importance of Business Relationships and the Role of Fashion Supply Chain Management: Industry and Business Analysis by Tsan-Ming Choi (The Hong Kong Polytechnic University 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 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. Savorognani - M. Besana).

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

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

La segmentazione della distribuzione tradizionale nel settore fashion: esperienze nel comparto dei capi, paper, in Atti del VI convegno SIM - Società Italiana Marketing» (Firenze, 6 e 7 novembre 2009, 6-7 novembre 2009), SIM, Roma 2009: 20.

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

2008

Dealer-car manufacturer relationship: the dualities of trust and power, paper, in Atti del Congresso «25th Annual IMP Conference» (Marseille 3rd - 5th September 2009, 3-5 settembre 2009), in Atti del Congresso, 2009, 1-15.

Environmental awareness of car owners: the case of natural gas vehicles in Italy, paper, in Atti del Congresso «25th Annual IMP Conference» (Marseille 3rd - 5th September 2009, 3-5 settembre 2009), in Atti del Congresso, 2009, 1-15.

2007

I rapporti di collaborazione e di conflitto tra case automobilistiche e reti di concessionari, paper, in Atti del Congresso «25th Annual IMP Conference» (Marseille 3rd - 5th September 2009, 3-5 settembre 2009), in Atti del Congresso, 2009, 1-15.

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-research company, paper, in Atti del Congresso «25th Annual IMP Conference» (Marseille 3rd - 5th September 2009, 3-5 settembre 2009), in Atti del Congresso, 2009, 1-15.

Il ruolo della fiducia nelle relazioni tra cliente e fornitore di servizi ad elevata intensità professionale e intellettuale, paper, in Atti del Congresso «25th Annual IMP Conference» (Marseille 3rd - 5th September 2009, 3-5 settembre 2009), in Atti del Congresso, 2009, 1-15.

The role of trust in building and developing Automotive Manufacturer-Dealer relationships, paper, in Atti del Congresso «25th Annual IMP Conference» (Marseille 3rd - 5th September 2009, 3-5 settembre 2009), in Atti del Congresso, 2009, 1-15.

The role of trust in building and developing Automotive Manufacturer-Dealer relationships, working paper, in Atti del Congresso «25th Annual IMP Conference» (Marseille 3rd - 5th September 2009, 3-5 settembre 2009), in Atti del Congresso, 2009, 1-15.

2004 and previous years

Intercultural business communication among Italian and Chinese companies. A case study approach, paper, in Atti del Congresso «25th Annual IMP Conference» (Marseille 3rd - 5th September 2009, 3-5 settembre 2009), in Atti del Congresso, 2009, 1-15.

The role of cultural differences in the dynamic of a relationship. The case of Italian and Chinese
Convegno «20th IMP Conference, Copenhagen, Denmark» (Copenhagen, Denmark, 1-4 settembre 2004)
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 S
paper, in Atti del Congresso «Proceedings 19th I.M.P. Conference, , Settembre 2003» (Lugano, 4
Organization, www.impgroup.org, Lugano 2003: 25.

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

Database clienti e Business Intelligence: supporti per la gestione della relazione con il cliente, «Sistemi & I
2001: 10.

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