

BIBLIGRAFIA ESSENZIALE ED INTEGRATIVA

TESTI SPECIALISTICI

ANCARANI F., MUSILE TANZI P. (a cura di) (2012), *Il marketing per le banche e le assicurazioni. Competenze specifiche e pratiche di successo*, Egea, Milano

BANFI A. (2010), *Economia e gestione della banca*, McGraw Hill, Milano

BARAVELLI M. (2011), *La banca multibusiness. Evoluzione e innovazione dei modelli strategici e organizzativi nell'industria finanziaria globalizzata. Relazioni tra teoria e pratica*, Giappichelli Editore, Torino

BRETT K. (2015), *Breaking banks. La banca reinventata: innovatori, visionari e strateghi protagonisti di un mondo che cambia*, Laterza, Milano

CAPARVI R. (2006), *L'impresa bancaria. Economia e tecniche di gestione*, Franco Angeli, Milano

CAPECI F. (2014), *Generazione 2.0. Chi sono, cosa vogliono, come dialogare con loro: Chi sono, cosa vogliono, come dialogare con loro*, Franco Angeli

COSMA S., FILOTTO U. (2011) *Manuale del credito al consumo*. Ed. Egea.

ESPINOZA C., UKLEJA M., RUSCH C. (2015), *Managing the Millennials: Discover the Core Competencies for Managing Today's Workforce*, Wiley

MORETTI L. (2014), *Analisi dell'evoluzione del sistema finanziario e della struttura bancaria*. Issfra

SKINNER C. (2014), *Digital Bank: Strategies to Launch or Become a Digital Bank*, Marshall Cavendish International

SKINNER C. (2015), *Digital bank. La rivoluzione digitale nel sistema bancario: strategie e casi di successo nel mondo*, Laterza, Milano

ARTICOLI SU RIVISTE SCIENTIFICHE

CORIGLIANO, R. (2007), “Banca e impresa in Italia: caratteri evolutivi del relationship lending e sostegno dello sviluppo”. Banca impresa società, Vol. 26 Issue 1, 27-58.

GANDOLFO A., LUPI L. (2014), “Social Network Branding: la politica di marca nell’era delle reti sociali digitali”. Mercati e Competitività, Vol. 2.

HALLOWELL, R. (1996), “The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study”. International journal of service industry management, Vol. 7 Issue 4, 27-42.

ITTNER, C. D., LARCKER, D. F. (1998), “Are nonfinancial measures leading indicators of financial performance? An analysis of customer satisfaction”. Journal of accounting research, Vol. 36, 1-35.

KOCOGLU D., KIRMACI S. (2012), “Customer Relationship Management and customer loyalty; A survey in the sector of Banking”. International Journal of Business and Social Science, Vol. 3 No. 3.

KOWALCZYK C., M., POUNDERS K. R., (2016), “Transforming celebrities through social media: the role of authenticity and emotional attachment”. Journal of Product & Brand Management, Vol. 25 Issue 4.

LEVY S., HINO H., (2016), “Emotional brand attachment: a factor in customer-bank relationships”. International Journal of Bank Marketing, Vol. 34 Issue 2.

OMARINI A. (2014), “Il digitale come cambia la banca retail?”. Banche e Banchieri, Vol.4.

OMARINI A. (2014), “Loyalty banking: digitale e innovazione nel futuro della banca”. AziendaBanca, Vol.198.

PACELLI V., SYLOS LABINI S. (2013), “Gli effetti della crisi sul rapporto banca-cliente”. Micro & Macro Marketing, Vol.1

QUALIZZA G, SAMBRI C. (2014), “Marche e giovani consumatori "digitali": uno studio esplorativo”. Mercati e Competitività, Vol.1.

RUST, R. T., ZAHORIK, A. J. (1993), “Customer satisfaction, customer retention, and market share”. Journal of retailing, Vol. 69 Issue 2, 193-215.

STANLEY S. (2012), “New Perspectives in the banking sector –The CRM way”. International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research, Vol.1 Issue 11

VISENTIN M., LO VASTO F. (2009), “La gestione delle relazioni con i clienti delle banche retail a vocazione locale: uno strumento di CRM per l'analisi e la previsione dei comportamenti di Churn”. Mercati e Competitività, Vol. 2.

ARTICOLI NON SCIENTIFICI

BAJETTA L. (2014), La relazione banca-cliente ai tempi del 2.0, MK 6

BERTOLINI A. (2011), Le banche innovano con nuovi modelli retail, Mark Up, Novembre

CAPACCIONI P. (2014), Social banking 2.0, MK 6

CAPECI F. (2015), Lo shopping visto con gli occhi dei Millennials, Mark Up, Ottobre

CAPECI F. (2015), Saranno famosi: ecco i Millennials, Mark Up, Aprile

NIEDDU F. (2015), Gestire l'esperienza nell'era del cliente, MK 3

SARACENO N., GHIGLIANO G. (2015), Customer experience multicanale: misurare, attivare, governare, MK 5

VITOLO D. (2013), Contact center bancari: una rivoluzione in atto, MK 6

VITOLO D. (2016), Contact center: guida al viaggio del cliente nella multicanalità, MK1

RAPPORTI DI RICERCA

ACCENTURE, Banking Customer 2020: Rising Expectations Point to the Everyday Bank, 2015

DELOITTE, The 2016 Deloitte Millennial Survey. Winning over the next generation of leaders

DEMIA per Assogestioni, “I risparmiatori di domani”, 2015

KPMG, Digital Banking. I bisogni e le aspettative dei clienti delle banche italiane, 2016

KPMG, Social Banking 2.0, 2014

NIelsen, Yahoo, Discovering Millennial, Maggio 2015

PwC, Cambiare per sopravvivere: l'evoluzione del ruolo della filiale in Italia, 2014

THE BOSTON CONSULTING GROUP (BCG), *Millennial Passions: Food, Fashion, and Friends*, by Christine Barton, Lara Koslow, Jeff Fromm, and Chris Egan, 2012

SITI WEB

Associazione Bancaria Italiana, <https://www.abi.it>

Banca d'Italia, www.bancaditalia.it

Bancaforte, <http://www.bancaforte.it>

Banche Italia, <http://www.bancheitalia.it>

BankPedia, <http://www.bankpedia.org/index.php/it/>

BNL, <https://bnl.it/it/Individui-e-Famiglie>

Finance Community Hub, <http://fchub.it/>

Generazione 2.0, <http://www.generazione20.it/>

Gruppo BNP Paribas, <https://group.bnpparibas/>

Hello Bank, <https://hellobank.it/it/home>

Investimenti BNP Paribas, <https://investimenti.bnpparibas.it/>

ISTAT, www.istat.it

Un mese di Borsa (Rivista BNP Paribas), <https://investimenti.bnpparibas.it/mese-borsa>

Nielsen, <http://www.nielsen.com/it/it.html>

TNS, <http://www.tns-global.it>

APPLICAZIONI MOBILI

BNP PARIBAS:

- Easy Banking
- Quotazioni di Borsa
- Trader's Box

Borsa italiana App: <http://www.borsaitaliana.it/varie/evento-app/app-borsa-italiana.htm>