

1. Record Nr.	UNINA9910774885503321
Titolo	Il marketing della moda : temi emergenti nel tessile-abbigliamento / / a cura di Aldo Burresti
Pubbl/distr/stampa	Firenze : , : Firenze University Press, , 2005
Descrizione fisica	1 online resource (190 pages) : illustrations; digital, PDF file(s)
Collana	Strumenti per la didattica e la ricerca ; ; 42
Disciplina	687
Soggetti	Clothing trade
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Introduzione -- Capitolo Primo. Specificita del tessile-abbigliamento italiano ed evoluzione dei rapporti acquirente-fornitore -- Capitolo Secondo. La rappresentazione del mercato in funzione dell'innovazione di prodotto nelle imprese del tessile e abbigliamento -- Capitolo Terzo. Il ruolo dei bureau de style nel network imprenditoriale per l'innovazione di prodotto tessile -- Capitolo Quarto. Aspetti e forme di integrazione di filiera nella distribuzione del tessile/ abbigliamento -- Capitolo Quinto. Le strategie di acquisto della distribuzione di abbigliamento: complessita del prodotto e internazionalizzazione della supply chain -- Capitolo Sesto. Comunicazione integrata nell'abbigliamento: strategie di marca e ruolo del punto vendita nella distribuzione specializzata statunitense -- Considerazioni Finali. Programma di ricerca per il marketing della moda.
Sommario/riassunto	This work addresses issues of strategic marketing and business management in the fashion system, highlighting the specific and differentiated elements. The authors analyse the textile-clothing sector, with special focus on the processes of innovation, the dynamics and the new agents emerging in the distribution field, the role of the brand and the internationalisation of the enterprises. In conclusion, the study identifies various emerging marketing strategies on which a specific research approach to fashion marketing can be constructed.