

## Bibliografia

1. Aaker, David A. e Myers, John G. Management della pubblicità. Milano: Franco Angeli; 1987.
2. Aduddel, R. M. ; Cain, L. P. e Malliaris, A. G. Osservazioni su elasticità, differenziazione del prodotto e struttura di mercato. Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali. 1978(6):556-570.
3. Alessi, Marco (a cura di). Innovare i processi e i prodotti. Milano: Il Sole 24 Ore; 1999.
4. Archibugi, Daniele ; Evangelista, Rinaldo e Simonetti, Roberto. La definizione e misurazione delle innovazioni di prodotto e processo. L'Industria. 1994; XV(2):353-374.
5. Baden Fuller, Charles e Nicolaidis, Phedon. La discriminazione dei prezzi e la differenziazione del prodotto nel mercato europeo degli elettrodomestici. Commercio. 1988(30):71-93.
6. Boeri, Tito. Monopolistic competition, differentiated products and peripheral development. Giornale degli Economisti e Annali di Economia. 1986(3/4):200-223.
7. Bonanno, Giacomo. Vertical differentiation with Cournot competition. Economic Notes. 1986; 15(2):68-91.
8. Borgese, A. ; Traversi, L. ; Guerra, P. e Vello, M. Il percorso strategico creativo. Milano: Franco Angeli; 2000.
9. Bray, Stewart. Innovazione totale. Bresso: Jackson Libri; 1996.
10. Buratti, Nicoletta. L'innovazione di prodotto. In Id. Lo sviluppo di nuovi prodotti: modelli ed esperienze nei mercati industriali. Torino: Giappichelli; 2000; pp. 10-36.
11. Cabral, Luis. La differenziazione del prodotto. In Id. Economia Industriale. Roma: Carocci; 2002; pp. 253-272.
12. Cellini, R. e Lambertini, L. A differential oligopoly game with differentiated goods and

sticky prices. Dipartimento di Economia e Metodi Quantitativi, Università di Catania. 2002.

13. ---. Private and social incentives towards investment in product differentiation. *International Game Theory Review*. 2004; 1(2):1-16.
14. Correale, Giacomo e Penco, Carlo. Il prodotto, cioè l'offerta. Il mercato, cioè il cliente. La fedeltà, cioè il successo. *Sistemi & Impresa*. 2002(5):17-28.
15. Delbono, Flavio. La determinazione della struttura di mercato in recenti modelli di oligopolio: competizioni tecnologiche e differenziazione del prodotto. *Note Economiche*. 1989(2):232-253.
16. Fontana, Franco. Il piano di marketing: le politiche di prodotto. *Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale*. 1984(5/6):235-250.
17. Gruber, Harald. Differenziazione del prodotto ed evoluzione della struttura di mercato: il caso del mercato delle acque minerali. *L'Industria*. 1994; 15(2):333-352.
18. ---. Innovazione del prodotto, struttura di mercato e politica commerciale. *Rivista Internazionale di Scienze Sociali*. 1991(3):363-370.
19. ---. Struttura di mercato, politica commerciale e leadership nell'innovazione di prodotto. *Economia Politica*. 1992(2):247-260.
20. Johnston, Robert E. e Bate, Douglas J. *The power of strategy innovation*. New York: Amacom; 2003.
21. Lambertini, Luca. *Dinamic duopoly with vertical differentiation*. Dipartimento di Scienze Economiche, Università di Bologna. 2001.
22. Maggiore, Italo. *Scambi intra-industriali, differenziazione del prodotto e teoria del commercio internazionale*. Pisa: Pacini; 1986.
23. Marbach, Giorgio e Mattia, Giovanni. *Complementi di marketing e case-histories*. Roma: Istituto G. Tagliacarne; 2002.
24. Paolucci, Emilio. Competenze organizzative e strategie di innovazione di prodotto. *Economia & Management*. 1997(4):97-109.
25. Passaro, Renato e Del Monte, Alfredo. Incertezza, differenziazione del prodotto e integrazione verticale: un'analisi dell'industria dei personal computer. *L'Industria*. 1992(4):649-660.
26. Penati, Antonella e Seassaro, Alberto (a cura di). *Progetto processo prodotto: variabili di innovazione*. Milano: Guerini e Associati; 1998.
27. Poiani, Mario. *Alti consumatori : il marketing dei beni ad alto valore simbolico*. Rubettino:

Soveria Mannelli; 1998.

28. Polo, Michele. Recenti sviluppi nell'analisi della differenziazione del prodotto. *Giornale degli Economisti e Annali di Economia*. 1986(3/4):171-199.
29. Romano, Dario (a cura di). *Immagine marketing e comunicazione*. Bologna: Il Mulino; 1988.
30. Serafini, Roberta. Differenziazione del prodotto, crescita endogena e commercio internazionale. *Annali della Fondazione Luigi Einaudi*. 1997; 31:135-152.
31. Tomadini, Elena. Aspetti teorici della differenziazione del prodotto. *Economia e Banca*. 1988(3):391-422.
32. Troilo, Gabriele. L'innovazione: rappresentazioni manageriali, strategie d'impresa e performance. In Castaldo, Sandro e Verona, Gianmario. *Lo sviluppo di nuovi prodotti: teoria e analisi empiriche in una prospettiva cognitiva*. Milano: Egea; 1998; pp. 125-158.
33. Udayan, Roy. Vertical product differentiation and the value of time. *International Economic Journal*. 2000; 12(3):97-111.
34. Venturini, Luciano. Differenziazione del prodotto, pubblicità e profittabilità: il caso dell'industria alimentare italiana. *Giornale degli Economisti e Annali di Economia*. 1982(7/8):519-524.
35. Zanderighi, Luca e Natale, Paolo. Il ruolo dell'immagine e della professionalità nella differenziazione commerciale del prodotto: un'analisi empirica. *Commercio*. 1988(29):5-32.