.

|  |
| --- |
| Giorgio Tassinari (Bologna, 1957) è professore ordinario di Statistica aziendale dal 1994. Attualmente insegna presso la Facoltà di Economia dell’Alma Mater Studiorum – Università di Bologna. I suoi interessi di ricerca riguardano principalmente problematiche microeconomiche, e negli anni più recenti l’attività si è principalmente concentrata sull’analisi dell’efficacia degli strumenti di marketing. I progetti di ricerca in corso includono l’analisi dell’impatto del prezzo di riferimento e della fedeltà di marca nei modelli di scelta tra marche e la stima delle relazioni tra pubblicità, ricordo e notorietà di marca, il mercato del lavoro con particolare attenzione alle problematiche concernenti il lavoro precario e alla distribuizone del reddito e della ricchezza.E’ autore di oltre 70 lavori a stampa tra monografie, articoli su riviste scientifiche, memorie ed interventi a congressi, rapporti di ricerca. Ha svolto attività di consulenza per la Provincia di Bologna, la Società Autostrade per l’Italia, la Deutsche Gesellschaft fur Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.E' stato direttore del Dipartimento di Scienze Statistiche “Paolo Fortunati” dell’Alma Mater Studiorum – Università di Bologna negli anni accademici dal 2000-2001 al 2005-2006. Dal 2002 al 2006 ha fatto parte del Consiglio Direttivo della Società Italiana di Statistica. Dal 2005 è Editor della rivista “Statistica”. .1. Drudi, Ignazio; Tassinari, Giorgio (2016), Il lungo addio. La concentrazione della ricchezza in Italia dal 2002 al 2012, Critica Marxista, 2, pp. 33-40.
2. Drudi, Ignazio; Tassinari, Giorgio (2016), The Long Goodbye: Wealth Concentration in Italy: 2002-2012, Statistica, 75, 2, pp. 227-244.
3. Drudi Ignazio, Tassinari Giorgio (2015), The Turn of the Screw. Changes in Income distribution in Italy (2002-2010), Statistica e Applicazioni, 12, 2, pp. 123-137.
4. Giorgio Tassinari (2014), Rapporto sul mercato del lavoro della provincia di Bologna nel 2013: uscire dal labirinto, Quaderni di Ricerca, Dip. di Scienze statistiche, Univ. di Bologna, n.2
5. Freo Marzia, Giorgio Tassinari (2014), Empirical Analysis of the Nature of Competition in a Laundry-Cleaning Additive Market, WEAS Transactions in Business and Economics, 11, pp. 199-208.
6. D’Attoma Ida, Giorgio Tassinari (2012), Il lavoro a tempo determinato in Europa: alcune evidenze statistiche, in Brusati S. e Pizzoferrato A. (eds), Il contratto di lavoro a termine, Utet, Torino, pp. 105-125.
7. Drudi, I., Tassinari, G. (2012), Chi vince e chi perde nella distribuzione del reddito e della ricchezza in Italia (2002-2010), Critica Marxista, n.4,pp. 26-35.
8. Garibaldo F., Orlando N., Parodi G., Tassinari G. (2012), La green economy in Emilia-Romagna: la sostenibilità come fattore di sviluppo, ISBN 1973-9346, Bologna, Dip. Di Scienze statistiche, Quaderni di Ricerca, 1.

 1. Marzia Freo, Andrea Guizzardi, Giorgio Tassinari (2012), Disintegrazione verticale delle piccole imprese dell’industria meccanica in Emilia-Romagna, L’Industria, 32, 4, pp. 677-691.

 1. Sergio Brasini, Marzia Freo, Giorgio Tassinari, The effect of liking on the memorial response to advertising: the case of small cars, Statistica, LXXI, 2011, n. 2, pp. 295-303.
2. Marzia Freo, Andrea Guizzardi, Giorgio Tassinari, An insight to the small firms fragmentation under the global competition from a machinery industrial district, International Journal of Globalization and Small Firms, 4, 3, 2011, pp. 191-205.
3. Vittorio Bonori, Giorgio Tassinari, Misurare il ritorno della pubblicità, seconda edizione aggiornata, Gruppo 24ORE, Milano, 2011.
4. Antonino Iero, Giorgio Tassinari, Attitudes towards insurance: the role of propensity to hold liquid asset, Dipartimento di Scienze statistiche “Paolo Fortunati”, Quaderni di Ricerca, n. 3, 2011.
5. Sandra Soster, Giorgio Tassinari, Precariato e pubblica amministrazione, Emilia Romagna Europa, n., Dicembre 2010, pp. 102-111.
6. Marketing e pubblicità. Strumenti e modelli di analisi statistica, Nuova edizione, Il Mulino, Bologna,2010, con M. Freo, S. Brasini, F. Tassinari.
7. Rapporto sul mercato del lavoro della provincia di Bologna,(con Furio Camillo, Marzia Freo, Andrea Guizzardi, Claudio Natali), Bologna, 2010, Dipartimento di Scienze statistiche “Paolo Fortunati”, serie Ricerche, n. 5.
8. Sergio Brasini, Marzia Freo, Giorgio Tassinari,, An analysis of the role of liking on the memorial response to advertising” Asian Journal of Mathematics and Statistics, 3, 2, 2010, pp. 102-110.
9. Fabrizio Alboni, Furio Camillo, Giorgio Tassinari, A Data Mining Approach for the Monitoring of Active Labour Market Policies, Quaderni di Dipartimento, Serie Ricerche, Working Paper, n. 2, 2009, Dip. di Scienze statistiche “Paolo Fortunari”, Università di Bologna.
10. S. Brasini, M. Freo, G. Tassinari. (2009), The dynamical relation between ad liking and memorial response to advertising. *PROGRAMME AND ABSTRACTS. Conference on Computational and Financial Econometrics*. Conference on Computational and Financial Econometrics (CFE09) & Computing & Statistics (ERCIM 09). Limassol, Cyprus. October 29-31, 2009. (vol. 1, pp. 95).
11. Fabrizio Alboni, Furio Camillo, Giorgio Tassinari, Labour Market Dualism and the Transition from Temporary to Permanent Employment in the Province of Bologna, Statistica, 2, 2008,pp. 217-230 (pubblicato maggio 2009).
12. Bruno Moretto, Giorgio Tassinari, Giulio Cesare Cesari, Il falso e il vero verde:la scuola italiana funzione, SISMagazine, 28 febbraio 2009.

 1. Bruno Moretto, Giorgio Tassinari, La libertà è partecipazione, Scuola e costituzione, 28/02/09:
2. La mano destra e la mano sinistra dello stato (ovvero: spese militari e spese per l’istruzione), Neodemos, 14/01/2009.
3. Alboni, Fabrizio e Camillo, Furio e Tassinari, Giorgio. Il dualismo del mercato del lavoro e la transizione da lavoro temporaneo a lavoro a tempo indeterminato in provincia di Bologna, Quaderni di Dipartimento, Serie Ricerche, Working Paper, n. 4, 2008, Dip. di Scienze statistiche “Paolo Fortunari”, Università di Bologna.
4. Vittorio Bonori, Giorgio Tassinari, Jak mierzyc zwrot z inwestycij w reklame, , Warszawa, Agora, 2008.
5. Alboni, Fabrizio e Camillo, Furio e Tassinari, Giorgio. Il dualismo del mercato del lavoro e la transizione da lavoro temporaneo a lavoro a tempo indeterminato in provincia di Bologna, in Autori Vari, Il lavoro che cambia. Contributi tematici e raccomandazioni, pp. 1-16, Senato della Repubblica, camera dei Deputati, CNEL. Il lavoro è reperibile nel sito www.portalecnel.it, 2008.
6. S. Brasini, M. Freo, E. Iezzi, G. Tassinari. (2008). An analysis of the role of liking on the memorial response to advertising. Proceedings of "MTISD 2008. Methods, Models and Information Technologies for Decision Support Systems" - Università del Salento, Lecce, 18 - 20 September 2008. MTISD 2008. Lecce. September 18 - 20 2008. (pp. 16 - 19). ISBN: 978-88-8305-060-2. LECCE: ESE Editoria Scientifica Elettronica.
7. L’evoluzione del mercato del lavoro in Emilia-Romagna, in C. Bonora, D. Dazzi, S. Felicioni, M. Folegani, VIII rapporto annuale su Salute e Sicurezza in Emilia-Romagna, Maggioli, Rimini, 2008.
8. G. Tassinari, F. Camillo, M. Freo, A. Guizzardi, C. Liberati, Osservatorio sul mercato del lavoro della Provincia di Bologna. Rapporto primo semestre 2007, Dipartimento di Scienze statistiche "Paolo Fortunati", Quaderni di Ricerca, n.4, 2007. full-text
9. G. Tassinari, F. Camillo, M. Freo, A. Guizzardi, C. Liberati, Osservatorio sul mercato del lavoro della Provincia di Bologna. Rapporto anno 2006; Dipartimento di Scienze statistiche "Paolo Fortunati", Quaderni di Ricerca, n. 3, 2007.
10. Alcune riflessioni in merito all’analisi quantitativa dei distretti industriali: il caso di Emilia-Romagna e Veneto (con Marzia Freo), in Carlo Filippucci (a cura di), Mutamenti nella geografia dell’economia italiana, Franco Angeli, Milano, 2007, pp. 43-66.
11. Come misurare il ritorno della pubblicità (con Vittorio Bonori), Il Sole 24ore, Milano, 2007, pp. 244.
12. Short and long-run effects of promotions on retailers performance, (con Sergio Brasini, Marzia Freo e Elisa Iezzi), Statistica applicata, 2006, 18, pp. 297-309.
 |
| 1. Discriminazione e segmentazione nel mercato del lavoro: evidenze statistiche sul caso italiano, in A. Castro Jover e A. Torres Gutierrez (Coords.), Immigracion, Minorias y Multiculturidad, 2006, DIADI-Lejona, Spagna, pp. 433-436.
2. Le condizioni di vita della popolazione bolognese (con Sergio Brasini), Non Profit, 2006, pp. 399-416.
3. S. Brasini, M. Freo, G. Tassinari (2005), Short run and long-run effects of promotion on store sales, International Association for Statistical Computing, 3rd World Conference on Computational Statistics & Data Analysis, Limassol, Cyprus.
4. A. Luati e G. Tassinari, "Intervention analysis to identify the significant exposures in pulsing advertising campaigns: an operative procedure" Computational Management Science, 2005, vol. 4, n. 4, pp. 295-308.
5. Multiple Deprivation, Income and Poverty in Italy: an Analysis Based on European Community Household Panel, con Sergio Brasini, Statistica, vol. LXIV, n. 4, 2004, pp. 477-493.
6. Sergio Brasini, Giorgio Tassinari "Dalla customer satisfaction alla customer loyalty", Statistica Applicata, 16, 4, 2004.
7. La scuola italiana nel confronto internazionale, (con Bruno Moretto), in “Insegnare”, 5, 2003, pp. 27-30
8. S. Brasini, M. Freo, G. Tassinari, The effects of marketing activities on fast moving consumer good purchase: the case of yoghurt italian market, Statistica, 2004, 3, pp. 477-493.
9. L'impatto della fedeltà di marca e delle promozioni sul comportamento del consumatore, (con Sergio Brasini), in Statistica Applicata, 2003, vol. 15, n. 4, pp. 433-453.
10. S. Brasini, M. Freo e G. Tassinari, The Effects of Marketing Activities on Fast Moving Consumer Good Purchases: the Case of Yoghurt Italian Market, in Proceedings of the Third Annual Meeting of ENBIS and ISIS3, Barcelona, 21-22 August, 2003, pp. 1-14.
11. Soddisfazione del cliente e fedeltà alla marca: un legame ambiguo, “Micro e Macro Marketing”, 1, 2003, pp. 21-42.
12. Indagine sulle matricole dell’Ateneo di Bologna nell’anno accademico 2001-2002, (con Pinuccia Calia, Carlo Filippucci, Marzia Freo), Dipartimento di Scienze statistiche “Paolo Fortunati”, Università di Bologna, Quaderni di Ricerca , 5, 2002.
13. Intervention analysis to assess advertising effectivness on spontaneous recall, (con Alessandra Luati), in “Studi in onore di Angelo Zanella”, a cura di B.V. Frosini, U, Magagnoli, G. Boari, Vita e Pensiero, Milano, 2002.
14. Valutazione e modelli statistici di customer satisfaction e fedeltà al cliente: linee guida d’insieme (con Sergio Brasini, Silvia Cagnone, Alberto Lombardo, Luca Molteni), in “Il nuovo controllo statistico della qualità”, CLEUP, Padova, 2002, pp. 27-47.
15. Data mining, web mining e CRM management. Problemi e prospettive (a cura di, in collaborazione con Furio Camillo), Franco Angeli, Milano, 2002.
 |
| 1. Statistica aziendale e analisi di mercato (con Sergio Brasini, Marzia Freo, Franco Tassinari), Il Mulino, Bologna, 2002.
2. Intervention analysis to assess advertising effectivness on brand awareness, (con Silvia Casadio e Alessandra Luati), Dipartimento di Scienze Statistiche, Quaderni di ricerca, n.1, 2002
3. Advertising effect on primary demand: a cointegration approach, (con Giuseppe Cavaliere), “International Journal of Advertising”, 20, 3, 2001, pp. 319-340.
4. Nuovi contributi sulla tematica delle scale di valutazione (con Giorgio Marbach), “Industria e distribuzione”, 2, 2000, pp. 31-37.
5. La soddisfazione del cliente dei servizi di segreteria universitaria: un modello a equazioni strutturali (con Angelo Manaresi e Gianluca Marzocchi), in “Valutazione della qualità e customer satisfaction: il ruolo della statistica” (a cura di Angelo Zanella), Vita e Pensiero, Milano, 2000.
6. Analisi della povertà in un centro urbano in una prospettiva multidimensionale. Problemi di campionamento (con Franco Tassinari), Rivista Italiana di Economia, Demografia e Statistica, LIV, 1, pp.101-114, 2000.
7. Analisi della povertà: lineamenti di un progetto per lo studio delle condizioni di vita di una popolazione urbana ad alto reddito, Dipartimento di Scienze statistiche “Paolo Fortunati”, Università di Bologna, Quaderni di ricerca, 3, 2000
8. Income poverty and living conditions: An analyisis of ECHP data for Italy, International Association for Official Statistics Conference on “Statistics, Development and Human Rights”, 4-8 settembre 2000, Montreaux, Svizzera.
9. La statistica aziendale nelle facoltà di economia, in “Statistica”, 59, 1999, 4, pp. 593-596.
10. Qualità percepita e posizionamento competitivo: l'esperienza Coop, (con Sergio Brasini e Roberta Neri), in “Statistica applicata” 11, 1999, 3, pp. 395-419.
11. Marketing e pubblicità. Metodi di analisi statistica (con Sergio Brasini e Franco Tassinari), Il Mulino, Bologna, 1999.
12. Giorgio Tassinari, Un modello dinamico per l’analisi delle asimmetrie competitive, Micro e Macro Marketing, 3, 1998, pp. 423-448.
13. Il conto satellite del turismo, in "Scritti di Statistica economica, 4, 1998, pp. 65-124.
14. Stato e prospettive del turismo in Sicilia, (con Franco Tassinari), Appunti, Note e Ricerche, 97/1, Università degli Studi di Bologna, Sede di Rimini.
15. Appunti di statistica del turismo, Clueb, Bologna, 1997.
16. Franco Tassinari, Giorgio Tassinari, La strada per Maastricht: i percorsi degli stati nazionali (1980-1996), Dipartimento di Scienze statistiche, Università di Bologna, Quaderni di Ricerca, n.2, 1997
17. Marketing e pubblicità. Metodi di analisi statistica (con Sergio Brasini e Franco Tassinari), Il Mulino, 1996
18. Advertising and aggregate consumption in Italy: 1981-1993, Statistica, 1995 pp. 450-468.
19. La dinamica economica dei paesi avanzati negli anni Ottanta: riflessioni sulle traiettorie (con Maurizio Vichi), Giornale degli economisti e annali di economia, 1995.
20. La coerenza delle valutazioni dei consumi privati nella contabilità nazionale e nell’indagine sui bilanci delle famiglie, (con Susanna Mantegazza) Atti della Riunione Scientifica della Società Italiana di Statistica, Pescara, 1992.
21. I consumi delle famiglie italiane: un’analisi mediante sistemi di funzioni di Engel, (con Alessandro Viviani) Statistica, 1992.
22. I comportamenti di spesa delle famiglie italiane: 1981-1987, (con Alessandro Viviani) Statistica, 1990, pp. 363-381
23. Mutamenti strutturali dell'industria (1971-1981), in Franco Tassinari (a cura di), Industria manifatturiera e terziario avanzato per le imprese, Franco Angeli, Milano, 1989, pp. 67-112.
24. Il terziario avanzato per le imprese (con Alessandro Vaglio), in Franco Tassinari (a cura di), Industria manifatturiera e terziario avanzato per le imprese, Franco Angeli, Milano, 1989, pp. 193-248.
25. Considerazioni e proposte per la formazione di un sistema di statistiche sulle imprese, (con Sergio Brasini)in G. Lorenzoni e A. Zanoni (a cura di), Gli studi sull’imprenditorialità in Italia, Bulzoni, Roma, 1988, pp. 61-79.
26. Il sistema industriale dell’Emilia-Romagna, Il Mulino, Bologna, 1986.

 1. Giorgio Tassinari, Le trasformazioni dell’industria italiana negli anni Settanta: analisi dei risultati censuari, Clueb, Bologna, 1984.
2. Giorgio Tassinari, L’analisi della dimensione delle imprese e delle unità locali, in F. Tassinari (a cura di), Le trasformazioni della struttura industriale delle regioni italiane, CLUEB, Bologna, 1984.
 |