

David Jarach

Senior Lecturer



Knowledge Group: Marketing

Research Domains: Economics

Teaching Domains: Real Estate Valuation, Digital Marketing, New Product Development, Capital Budgeting, Real Estate Finance

david.jarach@sdabocconi.it

Biography

David Jarach è Senior Lecturer di Marketing and Sales presso SDA Bocconi School of Management. È inoltre docente di Marketing e Marketing dei servizi di trasporto presso l'Università Bocconi.

La sua collaborazione con SDA Bocconi inizia nel 1995. Da allora ha tenuto e coordinato centinaia di iniziative incentrate sul marketing, con specifica focalizzazione sui temi del Pricing e del Customer Value Management. È responsabile dei corsi di Pricing presso il Full Time MBA e presso l'Executive Master in Marketing and Sales (EMMS). Ha coordinato numerosi workshop di marketing e offerto consulenze di management in Europa, Americhe e Asia con aziende operanti nel settore energy, oftalmico, engineering, servizi professionali, pharma, biomedicale, aerospaziale, airline&airport, travel retail ed automotive con riferimento alle decisioni di prezzo.

Le sue ricerche si concentrano su marketing del trasporto aereo e aerospaziale, marketing strategico, customer value management e pricing. Attualmente, si sta concentrando sul tema dei processi avanzati di price management, l'analisi predittiva e l'AI per il pricing e per le decisioni di marketing.

Autore di 7 libri (in italiano, inglese e cinese), pubblicati con EGEA e con Routledge. Ha inoltre pubblicato numerosi saggi e articoli, tutti riguardanti il management del trasporto aereo. La sua ultima pubblicazione è "Il Marketing ai tempi del coronavirus", edito da EGEA nel maggio 2020. I suoi lavori sono stati pubblicati su importanti journal, quali Journal of Air Transport Management, Journal of Airport Management, Journal of Air Transportation e Journal of Aviation Security. È stato membro del comitato editoriale di Journal of Air Transportation, Journal of Aviation Security e Journal of Innovative Marketing. È stato editorialista per le tematiche di trasporto aereo per Italia Oggi e MF-Milano Finanza, intervistato frequentemente sul tema dai principali media nazionali e internazionali. È da venticinque anni consulente di direzione per i temi del settore aviation e per i processi di pricing B2B e riconosciuto tra i massimi esperti a livello mondiale su questi temi. È stato Visiting Professor presso la Aerospace MBA della Toulouse Business School, la ESIC di Madrid e Visiting presso l'Aviation MBA della Donau University (Krems).

David ha conseguito la Laurea Magistrale in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi.

Research Monographs

Pricing Strategico: Trasformare il prezzo in vantaggio competitivo

JARACH, D. - "Pricing Strategico: Trasformare il prezzo in vantaggio competitivo" - 2025, Egea, Milano, Italy

Il Marketing ai tempi del Coronavirus: Istruzioni per l'uso

JARACH, D., D. REINA - "Il Marketing ai tempi del Coronavirus: Istruzioni per l'uso" - 2020, Egea, Milano, Italy

Marketing 2020

JARACH, D., D. REINA - "Marketing 2020" - 2017, Egea, Milano, Italy

L' Impresa Aeroporto - Il marketing come leva competitiva

JARACH, D. - "L' Impresa Aeroporto - Il marketing come leva competitiva" - 2012, Egea, Italy

Airport Marketing (Chinese Edition)

JARACH, D. - "Airport Marketing (Chinese Edition)" - 2008, Civil Aviation Authority of China, China (PRC)

Airport Marketing

JARACH, D. - "Airport Marketing" - 2005, Ashgate Publishing, Great Britain

Marketing aeroportuale. Gestire l'impresa-aeroporto nel nuovo millennio

JARACH, D. - "Marketing aeroportuale. Gestire l'impresa-aeroporto nel nuovo millennio" - 2002, Egea, Milano, Italy

Compagnie aeree & deregulation. Strategie di marketing nei cieli senza frontiere

VALDANI, E., D. JARACH - "Compagnie aeree & deregulation. Strategie di marketing nei cieli senza frontiere" - 1997, Egea, Milano, Italy

Contribution to Chapters, Books or Research Monographs

Nuove tendenze del marketing

JARACH, D., "Nuove tendenze del marketing" in Marketing @ Bocconi. Progettare e trasferire valore al cliente., E. Valdani (Ed.), Egea, 2016

Politiche di mercato e strategie di frontiera: traiettorie di sviluppo del settore delle aerolinee

JARACH, D., "Politiche di mercato e strategie di frontiera: traiettorie di sviluppo del settore delle aerolinee" in Prodotto, consumatore e politiche di mercato quarant'anni dopo. Scritti in onore di Stefano podestà., S. Borghini, A. Carù, F. Golfetto, S. Pace, D. Rinallo, L. Visconti, F. Zerbini (Eds.), Egea, pp. 445-450, 2012

Intuire i trend dei mercati di oggi e di domani

CIRRINCIONE, A., D. JARACH, "Intuire i trend dei mercati di oggi e di domani" in M@rketing Management: Progettare E Generare Valore Per Il Cliente., E. Valdani (Ed.), Egea, 2011

Price management

JARACH, D., "Price management" in Marketing Management., E. Valdani (Ed.), Egea, pp. 433-460, 2011

The airport retailing business and the impact of updated security measures: the European perspective

JARACH, D., "The airport retailing business and the impact of updated security measures: the European perspective" in Aviation Security Management., Andrew R. Thomas (Ed.), Praeger Publishers, chap. 6, 2008

Il sistema logistico di Rotterdam: un modello di riferimento

JARACH, D., "Il sistema logistico di Rotterdam: un modello di riferimento" in Sistemi di logistica integrata: hub territoriali e logistica internazionale., Ottimo E., Vona R. (Eds.), Egea, pp. 242-272, 2001

Le logiche dell'e-business nel settore del trasporto aereo

JARACH, D., "Le logiche dell'e-business nel settore del trasporto aereo" in E-business., C. Dematté (Ed.), Etas Libri, 2001

Le infrastrutture aeroportuali come fattore di attrazione territoriale

JARACH, D., "Le infrastrutture aeroportuali come fattore di attrazione territoriale" in Strategie di marketing del territorio. Generare valore per le imprese e i territori nell'economia della conoscenza., E. Valdani, F. Ancarani (Eds.), Egea, 2000

Il caso di Rotterdam

JARACH, D., "Il caso di Rotterdam" in Strategie di marketing del territorio. Generare valore per le imprese e i territori nell'economia della conoscenza., E. Valdani, F. Ancarani (Eds.), Egea, 2000

Il piano di marketing esterno

JARACH, D., "Il piano di marketing esterno" in Strategie di marketing del territorio. Generare valore per le imprese e i territori nell'economia della conoscenza., E. Valdani, F. Ancarani (Eds.), Egea, 2000

Come vendere un'area geografica: strategie di marketing per il territorio

VALDANI, E., D. JARACH, "Come vendere un'area geografica: strategie di marketing per il territorio" in L'occupazione possibile., V. Perrone (Ed.), Etas Libri, 1998

Articles in Scholarly Journals

Airport retail reengineering: la conquista del valore economico per l'impresa-aeroporto

JARACH, D., "Airport retail reengineering: la conquista del valore economico per l'impresa-aeroporto", Economia & Management, 2012, no. 3, pp. 62-63

When legacy carriers converge with low-cost carriers: Exploring the fusion of European airline business models through a case-based analysis

JARACH, D., F. ZERBINI, G. MINIERO, "When legacy carriers converge with low-cost carriers: Exploring the fusion of European airline business models through a case-based analysis", *Journal of Air Transport Management*, 2009, vol. 15, no. 6, pp. 287-293

How to survive the competition in an increasingly hostile environment: the case of airports

JARACH, D., "How to survive the competition in an increasingly hostile environment: the case of airports", *Journal of Airport Management*, 2007, vol. 1, no. 2, pp. 125-127

Aviation-Related Airport Marketing In An Overlapping Metropolitan Catchment Area: The Case Of Milan'S Three Airports

JARACH, D., "Aviation-Related Airport Marketing In An Overlapping Metropolitan Catchment Area: The Case Of Milan'S Three Airports", *Journal of Air Transportation*, 2005, vol. 10, no. 2, pp. 96

Future scenarios for the European airline industry

JARACH, D., "Future scenarios for the European airline industry", *Journal of Air Transportation*, 2004, vol. 9

The digitalisation of market relationships in the airline business: the impact and prospects of e-business

JARACH, D., "The digitalisation of market relationships in the airline business: the impact and prospects of e-business", *Journal of Air Transport Management*, 2002, vol. 8, no. 2, pp. 115-120

The evolution of airport management practices: towards a multi-point, multi-service, marketing-driven firm

JARACH, D., "The evolution of airport management practices: towards a multi-point, multi-service, marketing-driven firm", *Journal of Air Transport Management*, 2001, vol. 7, no. 2, pp. 119-125

Strategie e condotte gestionali nel settore aeroportuale: verso l'adozione di un profilo market-oriented e lo sviluppo dell'aeroporto commerciale

JARACH, D., "Strategie e condotte gestionali nel settore aeroportuale: verso l'adozione di un profilo market-oriented e lo sviluppo dell'aeroporto commerciale", *Commercio*, 1999, vol. 66

La reingegnerizzazione dell'offerta logistica: la logica dei network hub & spokes

JARACH, D., "La reingegnerizzazione dell'offerta logistica: la logica dei network hub & spokes", *Commercio*, 1998, vol. 64

La deregulation del trasporto aereo in Europa: il caso Italia

VALDANI, E., D. JARACH, "La deregulation del trasporto aereo in Europa: il caso Italia", *Economia & Management*, 1996, no. 5, pp. 19-33

Proceedings/Presentations

Future outcomes for the european airline industry: an ampirical analysis through interviews with european airlines' senior executives

JARACH, D., F. ZERBINI, G. MINIERO, "Future outcomes for the european airline industry: an ampirical analysis through interviews with european airlines' senior executives" in 12th ATRS World Conference - July 6-10, 2008, Athens, Greece

When legacy carriers converge with low cost: the hybrid approach of Brussels Airlines

JARACH, D., G. MINIERO, F. ZERBINI, "When legacy carriers converge with low cost: the hybrid approach of Brussels Airlines" in 12th ATRS World Conference - July 6-10, 2008, Athens, Greece