

Curriculum Vitae di Nevio Lotti

DATI PERSONALI

NEVIO LOTTI

Nato a: non autorizzato

II: non autorizzato

Residente a: non autorizzato

In: non autorizzato

Telefono: 338-52-66-337

e-mail: neviol@libero.it

Patente: non autorizzato

STUDI E FORMAZIONE



2009 - ISDA'09th “International Conference on Intelligent Systems Design and Applications”, Special Session on Representation and Approximation of Fuzzy Numbers: Theory and Applications, svoltasi a Pisa nel mese di Novembre.

2009 – Corso “*corporate social responsibility e sostenibilità delle imprese at work – quali impatti sul controllo di gestione dell’impresa*” IV edizione, svolto presso l’Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo” .

2008 – Laurea Specialistica in Economia e Commercio, curriculum “Economia” – Scienze Economiche Classe 64/S – Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”.

2008 – Corso Avanzato; *The Impact of Innovation on Growth and Employment* organizzato dall’Università di Roma “La Sapienza” Dipartimento di Economia Pubblica

2008 – Corso Avanzato Scuola di Dottorato; in *Innovazione, Crescita, Occupazione, Produzione Internazionale. Modelli e Analisi dei Dati.*

2007 – Laurea Specialistica in Scienze Economiche ed Aziendali – “Scienze Economiche e Aziendali Classe 84/S” – Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”.

2006 – Corso di *Business Conversation* in Lingua Inglese -Livello II- organizzato dall’ente di formazione scolastica English School, della durata di 250 ore.

2005 – Laurea in Economia & Management “Scienze Economiche CI 28” – Alma Mater Studiorum Università di Bologna.

CONOSCENZE DELLE LINGUE

Inglese scritto e parlato ottimo, livello “B.E.C. higher” corsi di laurea specialistica

Francese scritto e parlato buono

COMPETENZE INFORMATICHE

Pacchetto Office completo, utilizzo sistemi statistici SPSS , R *Resource Multivariate Analysis*, Gretl per previsioni e regressioni econometriche e di mercato con metodo *Ordinary Least Squares*, modelli AR, AR-1, ARMA, ARIMA, ARCH e GARCH (*Generalised Autoregressive Conditional Heteroskedasticity*); creazione siti-web con linguaggio HTML, *Front-page*; utilizzo Access a livello avanzato, *Mysql, Oracle, DB2* controllo e creazione progetti in linguaggio SQL;

ESPERIENZE PROFESSIONALI

2005 al 2009 –Libero professionista.

2004 - Controllo di Gest. e Business Plan per il complesso denominato “Baite del Sole” di Limone Piemonte .

2003 – Tirocinio impiegato nel Progetto “*Analisi di Fattibilità, Progettazione e Gestione Finanziaria per Project Financing*” presso A.I.A

TITOLI DELLE TESI

- **LA PRIVATIZZAZIONE DEI SERVIZI TELEFONICI**
- **LOGISTICA DELLE MERCI DEPERIBILI** “*Gestione della Supply Chain, Analisi di Fattibilità e Soluzioni ICT*”
- **L’INVESTITORE IRRAZIONALE:** “*Scelte di Investimento e Gestione di Portafoglio nella Behavioural Finance*”

LE MIE RICERCHE

- 2005- Lotti Nevio, Valenti Gian Luca: Privatizzazione dei servizi telefonici, Il caso Telecom Italia
- 2005- Lotti, Mulazzani: Amartya Sen. Tra economia, sociologia ed etica.
- 2006- Lotti, Valenti: costruzione di un insieme dinamico di indicatori geografici per la valutazione e classificazione di un territorio.
- 2006- Lotti, Mulazzani: Lavoro minorile in Perù Diritti formali, realtà di sfruttamento e tentativi di pratiche solidali.
- 2006- Lotti, Mulazzani: Protocollo di Kyoto
- 2006- Lotti, Mulazzani: Alla ricerca di una identità la strategia del marchio di una P.M.I. agro-alimentare
- 2007- Lotti : Euro, inflazione e politica monetaria della Banca Centrale Europea
- 2007- Lotti : Gli strumenti di gestione controllo nelle aziende sanitarie
- 2007- Lotti : I Fondi Pensione nel contesto italiano e la loro importanza per i mercati finanziari
- 2007- Lotti, Mulazzani: Dinamiche organizzative e strumenti aziendali per promuovere l'occupazione di giovani e donne in Italia
- 2007- Lotti, Valenti: Il differenziale salariale di genere teoria e fatti
- 2007- Lotti : La semplificazione amministrativa strumento necessario per la riforma e l'innovazione della pubblica amministrazione
- 2007- Lotti: La Politica di sviluppo rurale in Europa. Dalla teoria all'attuazione
- 2008- Lotti: Open source, Innovation e skill bias technical change.
- 2008- Lotti, Mulazzani: Gestire un Premium Price nel Settore del Vino: “ I Marchesi di Barolo”
- 2008- Lotti: Le Imprese Market Driven.
- 2008- Lotti: Paradosso di Newcomb e dilemma del prigioniero quando il problema non è la scelta da compiere, bensì la teoria in cui credere
- 2008- Lotti: Quando il Marketing crea esperienza: Marketing esperienziale, Marketing tribale, Marketing Polisensuale, teorie e fatti.
- 2008- Lotti: La due diligence e acquisizioni nell’economia industriale.
- 2008- Lotti: Finanza Comportamentale: mercati finanziari efficienti, modelli e funzioni di approssimazione.

LE AREE DI MIA COMPETENZA

- **Area Commerciale:** *mission* vendere, peculiarità: conoscenza dell’economia aziendale; capacità di analizzare dati, pianificare attività composite, gestire budget e valutare i risultati raggiunti; predisposizione al *problem solving* e capacità di assumere rischi e responsabilità; padronanza di almeno una lingua straniera, per eventuali rapporti con i mercati esteri.
- **Area Amministrazione:** direzione strategica dell’Azienda coadiuvando il Direttore Generale nella definizione delle linee strategiche e delle politiche aziendali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi; assicurando la legittimità degli atti e provvedimenti che, per legge o per regolamentazione interna, siano riferibili o comunque sottoposti al suo esame; garantendo la definizione e la direzione del sistema di governo economico.
- **Area Finanza:** quindi funzioni di *controller* e *advisor*, con quest’ultima quindi intendo rimozione, o comunque attenuazione, delle cd. asimmetrie informative derivanti dal grado di accesso alle informazioni dei soggetti sufficientemente strutturati e autonomamente dotati delle necessarie capacità professionali, gestione portafogli azionari, fondi, ETF, opzioni call/put, finanza comportamentale.

- **Area Personale:** responsabile del coordinamento e della direzione delle attività di gestione, sviluppo e motivazione delle risorse umane. In accordo con le politiche strategiche di Corporate, delle politiche retributive e dei sistemi premianti; elaborazione dei piani di carriera in base ad obiettivi aziendali; definizione ed implementazione dei sistemi di valutazione della prestazione e del potenziale così come delle politiche di intervento formativo.
- **Area Mktg:** rivolto ai consumatori B2C oppure, al mercato delle imprese B2B; analizzando la posizione competitiva, le ricerche ed indagini di mercato e le segmentazioni del mercato. volto alla creazione del valore per il cliente, creando posizionamento della marca (*brand*) nella mente del consumatore attraverso tecniche di *brand management*. L'evoluzione della materia mi ha portato allo studio del marketing esperienziale, che abbraccia la visione del consumo come esperienza, in cui il processo di acquisto si fonde con gli stimoli percettivi, sensoriali ed emozionali, al mktg virale, al mktg tribale, al mktg polisensuale. Tutto viene espletato attraverso un piano di marketing con i seguenti contenuti: Sommario, Obiettivi, Analisi dello scenario competitivo, Analisi SWOT, Strategie, Piano di azione, Budget, Controllo, Piani di emergenza (*contingency plans*).
- **Area Ricerca e Sviluppo:** - Valutare, in stretta connessione con l'area marketing, la possibilità di inserire i prodotti storici dell'azienda in target diversi da quelli usuali dell'impresa e in contesti applicativi nuovi; individuare proposte per la risoluzione delle criticità dei prodotti finali già a campionario al fine di una migliore collocazione sul mercato (ad esempio: cambiamenti nell'utilizzo di materie prime, modifiche nei cicli di produzione dei prodotti intermedi); proporre cambiamenti nella gamma di prodotti realizzati dall'azienda (eliminazione di prodotti finali non più competitivi, introduzione di nuovi prodotti finali, individuazione di nuovi fornitori, eccetera); individuare temi di ricerca per nuovi prodotti coerenti con la storia tecnico produttiva e commerciale dell'impresa di riferimento; sviluppare un progetto che consenta una prima valutazione da parte della direzione e, ottenuto il consenso a procedere, un piano operativo completo di tempistica, budget e risultati attesi; individuare partner e strutture di riferimento nell'ambito delle università, dei centri di ricerca, altre imprese; raccogliere le informazioni necessarie a procedere (studi e letteratura tecnico scientifica, normative..) e organizzarle in funzione della consultazione; informarsi in merito a possibili finanziamenti pubblici mirati alla ricerca e alle condizioni per accedervi (documentazioni, vincoli..); pianificare azioni (simulazioni, prove, test..) e raccoglierne i progressi in appositi report; verificare la riproducibilità industriale del nuovo prodotto anche in funzione dell'impatto ambientale e i consumi energetici relativi nonché della reperibilità della materia prima e degli ausiliari di processo; Stabilire standard per la valutazione dei fornitori e dei subfornitori *supply chain management*.
- **Area Qualità:** Qualità di un prodotto e/o di un servizio, La catena della qualità Ciclo di Deming (PDCA - Plan, Do, Check, Act), l'acquisizione dei desideri dei clienti; la traduzione di tali desideri in caratteristiche che il produttore sa controllare; la progettazione o design del prodotto; il processo produttivo vero e proprio; il processo di promozione e vendita; il processo di assistenza post-vendita; il processo di analisi e miglioramento delle performance.

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del Decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196.

Luogo e Data: **Riccione, 25/11/2009**

Firma:-----
