



Note biografiche

Nata nel 1970. Laurea in Economia aziendale e PhD in Economia aziendale e Management presso l'Università Bocconi. Doctoral fellow presso l'Institut für Betriebswirtschaft dell'Università di St.Gallen - Svizzera, 1998-1999. Visiting scholar presso la Kellogg Graduate School of Management, Northwestern University, Chicago (1999 e 2001).

Curriculum Accademico

Professore associato di Economia delle aziende commerciali e-commerce. Docente dell'Area Marketing della SDA Bocconi.

Aree di interesse scientifico

Internet marketing e commercio elettronico. Innovazione nel marketing. Analisi del consumatore. Fashion Management. Management delle aziende editoriali.

Pubblicazioni principali

Marketing in rete (con G. Verona), McGraw Hill, 2002; "A Dynamic Model of Customer Stickiness for the Buyer-seller Relationship in the Frictionless Economy" (con G. Verona), in *Finanza Marketing Produzione*, n. 1, 2001; "Affiliation o Lock-in? Strategie di marketing per competere in Internet" (con G. Verona), in *Economia & Management*, n. 4, July, 2001; "Le opportunità di apprendimento congiunto tra impresa e consumatori nell'economia della virtualità" (con B. Busacca), in S. Vicari (a cura di), *Economia della Virtualità*, Milano, EGEA, 2001; "L'innovazione di prodotto nella Net Economy" (con E. Baglieri), in *Il management nell'era della connessione*, S. Vicari (a cura di), Milano, EGEA, 2001; "La metamediazione: gestire le interazioni in un'economia virtuale" (con P. Cillo), in S. Vicari (a cura di), *Il management nell'era della connessione*, Milano, EGEA, 2001; "Communities of Creation: Managing Distributed Innovation in Turbulent Markets" (con M. Sawhney), in *California Management Review*, vol. 42, n. 4, summer, 2000; "Beyond Customer Knowledge Management: Customers as Knowledge Co-Creators" (con M. Sawhney), in *Knowledge Management and Virtual Organization*, Idea Group Publishing, Hershey, PA, 2000; "Net Marketing. Ripensare il consumatore nel mondo della rete" (con S. Micelli), in *Economia & Management*, n. 4, luglio 2000; "Fare leverage sulla conoscenza tacita dei consumatori: verso una nuova economia cognitiva" (con G. von Krogh), in *Sinergie*, vol. 51, n. 1, gennaio-aprile 2000; *Oltre la notizia. Economia e gestione delle imprese editrici di quotidiani in Italia*, Milano, Etas libri, 1999; "L'efficacia delle promozioni nel settore della stampa quotidiana: un'indagine empirica", in

Micro & Macro Marketing, n. 3, dicembre 1998; "La reingegnerizzazione dei processi di marketing orientata alla time-based competition" (con R. Fiocca), in E. Valdani, F. Ancarani (a cura di), I processi di marketing, Milano, EGEA, 1997; "Verso il prodotto relazionale. Alcune evidenze empiriche dal settore dell'abbigliamento giovane" (con S. Saviolo), in Economia & Management, n. 6, novembre 1996; "La gestione della Customer Satisfaction alla Xerox Corporation", in Micro & Macro Marketing, n. 3, dicembre 1995.