

Curriculum Vitae

ANNA CLAUDIA PELLICELLI

*Professore Ordinario in Economia e Gestione
delle Imprese, PhD Università di Torino,
Dipartimento di Management
annaclaudia.pellicelli@unito.it*



POSIZIONE ISTITUZIONALE

**Professore Ordinario in Economia e Gestione delle Imprese presso il
Dipartimento di Management dell'Università di Torino**

TITOLI DI STUDIO

- Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale IX ciclo svolto in parte presso Università Commerciale L. Bocconi e in parte presso London Business School.
- Abilitazione all'esercizio della Libera Professione di Dottore Commercialista (albo speciale) e Revisore Legale.
- Laurea in Economia e Commercio, Università di Torino.
- Liceo scientifico Galileo Ferraris, Torino.

CORSI DI FORMAZIONE POSTUNIVERSITARI

- Corso universitario di specializzazione in Artificial Intelligence, Business Strategies and Applications, Bekerley University, 2021.
- Corso universitario di specializzazione in Digital Marketing presso Columbia University, 2020/21.

- Corso universitario di specializzazione in Retail Management presso l'Università Autonoma di Barcellona, 2016.
- Professor's Master Class Summit, L'Oreal Paris Headquarters, 2007.
- University of Pennsylvania, The Wharton School, Competitive Marketing Strategy, 2007.
- Corsi di Business Strategies (Phd) frequentati presso London Business School, 1995.
- Management Centre Europe (Londra) – Seminari di marketing, 1995.
- ITP – International Teachers Programme – INSEAD, 1993.
- “Corso di metodologia della ricerca”, frequentato presso la Scuola di Direzione Aziendale dell'Università L. Bocconi, 1993.
- “Corso AIDEA di Metodologia della ricerca”, frequentato presso il CUOA (Altavilla Vicentina), 1991..
- “Corso AIDEA di Metodologia della didattica”, 1991.

INCARICHI DIRETTIVI E COMPETENZE GESTIONALI

- Direttore del Master Universitario in Marketing & Digital Management dell'industria Alimentare dall'a.a. 2021/22 Dipartimento di Management Torino.
- Direttore del Master Universitario in Marketing, Sales & Management nell'Industria Alimentare Università di Torino dall'a.a. 2017/18 all'a.a. 2020/21.
- Direttore del Master Universitario in Marketing, Omnichannel Sales & Digital Management, Università di Torino dall' a.a. 2020/21 ad oggi.
- Direttore del Master Universitario in Marketing, Sales & Digital Communication a.a.2016/17 , 2017/18 e 2018/19, 2019/20 Dipartimento di Management, Università di Torino.
- Direttore del Master Universitario in Global Marketing & Retail Management a.a.,2014/15 e 2015/16, Dipartimento di Management, Università di Torino
- Direttore del Master Universitario in Retail Marketing a.a. 2012/13 e 2013/14, Dipartimento di Management, Università di Torino.
- Direttore Divisione Master Dipartimento di Management, Università di Torino.
- Coordinatore Consiglio di Laurea in Direzione d'Impresa, Marketing e Strategia-Dipartimento di Management dall'a.a. 2016/17 ad oggi
- Componente della Commissione Monitoraggio e Riesame del Consiglio di Laurea in Direzione d'Impresa Marketing e Strategia (DIMS) dall'a.a. 2016/17 ad oggi.

CURRICULUM ACCADEMICO

- Visiting Professor presso: Universitat Autònoma de Barcelona (dal 2015 ad oggi): insegnamenti di marketing strategico e internazionale –Erasmus Teaching Staff .

Marketing I, II and Service Marketing Management.

- Visiting Professor presso: Università Paris Nanterre e South Champagne Business School: insegnamenti di Digital Marketing (dal 2019 ad oggi).
- Conseguimento dell'Abilitazione Scientifica Nazionale a Professore Ordinario per il settore concorsuale 13/B2 s.s.d SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese (2018)
- Professore associato confermato in Economia e Gestione delle Imprese (P02B) presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Torino (dal 2006).
- Professore associato in Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi del Piemonte Orientale (2002 – 2006).
- Ricercatore confermato in Economia e Gestione delle Imprese (P02B) presso l'Università degli Studi del Piemonte Orientale, Facoltà di Economia, Novara.
- Ricercatore in Economia e Gestione delle Imprese (P02B) presso la Facoltà di Economia di Novara dell'Università degli Studi del Piemonte Orientale (dic. 1997).
- Dottorato di ricerca in Economia Aziendale svolto in parte presso l'Università Commerciale L.Bocconi e in parte presso la London Business School (1993-96).

Borse di studio postlaurea:

- Dottorato di ricerca in Economia Aziendale con periodo di permanenza all'estero (London Business School).
- Negli a.a. 1991/1992 e 1992/1993 titolare di una borsa per il supporto didattico (ex art. 50 stat. Università di Torino) presso l'Istituto di Ragioneria e Ricerche economico-aziendali.
- Borsista presso l'Istituto di Economia delle Aziende Industriali e Commerciali dell'Università L. Bocconi – area Marketing (1991- 1993).
- Borsa CNR per una ricerca sul tema 'Economia e Gestione delle imprese di trasporto aereo', 1992.

ATTIVITÀ DIDATTICA

Titolare di attività didattiche in corsi post-graduate

Dall'a.a. 2023 (luglio) ad oggi: Insegnamento del corso di International Sport Business presso Usac University Studies Abroad Consortium – University of Reno, Nevada.

Dall'a.a. 2020/21 ad oggi: Master in Marketing, Omnichannel Sales & Digital Management

- Insegnamento del corso di: Marketing Strategico, Internazionale, Branding.
- Insegnamento del corso di: Digital Marketing.

Dall'a.a. 2015/16 ad oggi: Master in Marketing, Sales & Digital Communication- Dipartimento di Management -Università di Torino:

- Insegnamento del corso di: Marketing Strategico.
- Insegnamento del corso di: Branding.

Dall'a.a. 2015/16 ad oggi: Master in Marketing, Sales & Management dell'Industria Alimentare - Dipartimento di Management - Università di Torino:

- Insegnamento del corso di : Marketing Management.
- Insegnamento del corso di: International Marketing.
- Insegnamento del corso di Sostenibilità e management.

Dall'a.a. 2016/17 ad oggi: Master in Business Administration – corso di Canali della distribuzione e vendita - Dipartimento di Management - Università di Torino.

Dall' a.a 2014/2015 al 2015/16: Master in Global Marketing & Retail Management Executive Master In Business Administration (EMBA) presso SAA, 2022:

- Insegnamenti dei corsi di: Strategic Marketing e Digital Marketing.

Dal 2012/13 al 2014/15: Master in Retail Marketing & Store Management -Dipartimento diManagement - Università di Torino:

- Insegnamento del corso di: Gestione Operativa e Strategie del Retail.
- Insegnamento del corso di: Analisi del Comportamento del Consumatore.
- Insegnamento del corso di: Branding - Concept Store Design.

A.a. 2005/2006: Master in Marketing & Comunicazione della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Torino: insegnamento del corso Retail & Trade marketing.

A.a 2004/2005: Titolare del corso di Fundamentals of Marketing presso European School of Management ESCP-EAP.MIM.

A.a 2004/2005: Master in Business Administration della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Torino: insegnamento del corso 'Strategie delle imprese high tech'.

A.a 2003/2004: Master in Economia e Gestione delle Imprese dell'Università degli Studi del Piemonte Orientale: corso di Marketing.

A.a. 2001/2002: Dottorato di ricerca in Economia Aziendale (Università degli Studi di Torino): seminari in tema di strategia d'impresa.

A.a. 1997/98: Università di Trieste. MILT (Master in Logistica e Trasporti): seminari in ambito di strategia e gestione delle compagnie di trasporto aereo.

Titolare di attività didattiche in corsi universitari
Dipartimento di Management-Università di Torino

- Dall'a.a. 2012/13 ad oggi: titolare dell'insegnamento del corso di Marketing Strategico, laureatriennale in Economia Aziendale, presso l'Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Management (Facoltà di Economia).
- Dall'a.a. 2008/2009 ad oggi: titolare dell'insegnamento del corso di Branding della Laurea Magistrale in Economia e Direzione delle Imprese (ora Direzione d'Impresa), Marketing, Strategia presso l'Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Management (Facoltà di Economia).
- Dall'a.a. 2003 /2004 ad oggi: insegnamento del corso di Marketing Internazionale della laurea triennale in Economia Aziendale presso l'Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Management (Facoltà di Economia).
- Dall'a.a. 2020/21 titolare dell'insegnamento di Marketing presso il campus di Cuneo del Dipartimento di Management (Facoltà di Economia).
- Dall'a.a. 2016/17 all' a.a.2018/19 : titolare del corso di Economia e Direzione delle Imprese- laurea triennale in Economia Aziendale presso l'Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Management (Facoltà di Economia).
- A.a. 2015/16: titolare del corso di finanza aziendale della laurea triennale in Economia Aziendale presso l'Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Management (Facoltà di Economia).
- Dall'a.a. 2003/2004 a a.a.2011/12.: insegnamento del corso di Marketing Strategico presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Torino, laurea magistrale in Economia e Direzione delle Imprese.
- Dall'a.a. 2011/2012 a.a. 2017/18: insegnamento del corso di Marketing dei Settori Strategici della laurea triennale in Economia Aziendale presso l'Università degli Studi di Torino, Scuola di Management ed Economia (Facoltà di Economia).
- Dall'a.a. 1999/2000 all'a.a. 2003/2004: affidamento del corso di Marketing presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Torino – sede di Asti.

Titolare di Attività Didattica presso la Scuola di Amministrazione dell'Università degli Studi di Torino (SAA)

- Dall'a.a 2016/17 all' a.a 2021/22: corso di Canali della distribuzione e vendita Master in Business Administration.
- Dall'a.a. 1991/1992 all'a.a. 1996/1997: docente a contratto di Marketing presso le sedi di Biella, Casale Monferrato e Cuneo.
- Dall' a.a 1991/92 all' a.a 1994/95: docente a contratto di Economia Aziendale presso la sede di Cuneo.

Titolare di Attività Didattica in altre università

UNIVERSITÀ L. BOCCONI.

- A.a. 1996/1997: docente a contratto in Marketing dei Servizi.
- Dall' a.a 1991/92 all' a.a 2000/2001 ha svolto attività didattica nella forma di esercitazioni e seminari nei corsi di Marketing, Marketing dei Servizi, Economia e Tecnica della Pubblicità, Analisi del comportamento del consumatore.
- Dal 1991 al 1993 titolare di una borsa di studio presso l'Istituto di Economia delle Aziende Industriali e Commerciali dell'Università L. Bocconi – area Marketing.

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO – BICOCCA FACOLTÀ DI ECONOMIA.

- Dall'a.a 1999/2000 al 2008/2009. Affidamento del corso di Economia e Gestione delle Imprese e Trasporto.
- Dall'a.a 2004/2005 al 2008/2009: affidamento del corso di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche.
- A.a. 2003/2004: affidamento del corso di Economia e Tecnica della Pubblicità (corso avanzato)

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DEL PIEMONTE ORIENTALE AMEDEO AVOGADRO.

- Dall'a.a. 2005/2006 al 2008: titolare del corso di Marketing Avanzato (laurea specialistica).
- Dall'a.a. 2002/2003 fino al 2008: titolare del corso Marketing A, Marketing B e Marketing per la Net Economy.
- Dall'a.a. 1998/1999 fino al 2002: titolare del corso di Marketing presso la Facoltà di Economia dell'Università degli studi del Piemonte Orientale sede distaccata di Casale Monferrato.
- Dall'a.a. 1997/1998 fino al 2008: titolare del corso di Marketing.

ATTIVITÀ DIDATTICA PRESSO UNIVERSITÀ ESTERE E BUSINESS SCHOOL INTERNAZIONALI

- Dall' a.a. 2022/23: USAC -University Study Abroad Consortium- insegnamento di International Sport Business, University of Reno Nevada.
- Dall' a.a. 2019 ad oggi: UNIVERSITE' PARIS NANTERRE e SOUTH CHAMPAGNE BUSINESS School: insegnamenti di Strategic Marketing e Digital Marketing.
- Dall' a.a. 2015/16 ad oggi: UNIVERSITAT AUTÓNOMA DE BARCELONA - Teaching Mobility Erasmus Programme: insegnamento di Marketing Strategico e Internazionale.
- A.a. 2004/2005: affidamento del corso di Fundamentals of Marketing nel corso MIM presso European School of Management ESCP-EAP.

Attività formative di didattica in collaborazione con partner aziendali

- Sviluppo di progetti in collaborazione con numerose aziende nell'ambito dei corsi master, magistrali e triennali al fine di sviluppare le capacità di problem solving e team working degli studenti. Alcuni partner: Accenture, Capgemini, Ikea, Lidl, MediaWorld, Casa Radicci, Balbiano Vini, Alleanza Assicurazioni, Adidas, De Longhi, Alpitour, Monnalisa, L'Oreal, Brown Forman, Coca Cola.
- Dall'a.a. 2015 ad oggi: Procter & Gamble Award nei corsi Master e Magistrali.
- Dall'a.a. 2014 ad oggi: Sviluppo delle capacità di problem solving nell'ambito dei corsi di laurea e master in collaborazione con CDVM's Got Talent.
- Dall'a.a. 2010 ad oggi: sviluppo di progetti internazionali in collaborazione con Monnalisa e Borgo Italia nell'ambito dei corsi Master coinvolgendo studenti in stage in attività di Business Development nei mercati internazionali.
- Dal 2006 al 2020: L'Oréal Brandstorm (contest internazionale) nell'ambito dei corsi Master e Magistrali, in collaborazione con L'Oréal.
- Dal 2006 al 2018: sviluppo del progetto Martini & Marketing (contest), nell'ambito dei corsi Master e Magistrali in collaborazione con Martini Bacardi.

PUBBLICAZIONI

ARTICOLI E PAPER SCIENTIFICI

- Pellicelli, A.C., *et al.* (2022). "Contacts on LinkedIn: equity crowdfunding platforms' networks and creators' innovation performance". *European Journal of Innovation Management*, p. 1–21. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJIM-03-2022-0125> ISSN: 1460-1060
- Pellicelli, A.C., *et al.* (2022). "Testing the antecedents of customer knowledge sharing

on social media: a quantitative analysis on Italian consumers''. *International Marketing Review*, vol. 39 (n° 3), p. 682-705. DOI: <https://dx.doi.org/10.1108/IMR-03-2021-0122> ISSN: 0265-1335

- Pellicelli, A.C., *et al.* (2021). ``Context-specific micro-foundations and successful SME internationalization in emerging markets: A mixed-method analysis of managerial resources and dynamic capabilities''. *Journal of Business Research*, vol. 134, p. 352-364. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.027>
- Pellicelli, A.C., *et al.* (2021). `` "Openness" of public governments in smart cities: removing the barriers for innovation and entrepreneurship''. *International Entrepreneurship and Management Journal*. vol. 16, p. 1-15. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00651-4>
- Pellicelli, A.C., *et al.* (2019). ``Exploring e-loyalty antecedents in B2C e-commerce: empirical results from Italian grocery retailers''. *British Food Journal*, vol. 121 (n° 2), p. 574-589. DOI: <https://dx.doi.org/10.1108/BFJ-04-2018-0216> ISSN: 0007-070X
- Pellicelli, A.C., *et al.* (2019). ``Over the mask of innovation management in the world of Big Data''. *Journal of Business Research*, vol. 119, p. 1-26. DOI: <https://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.040>
- Pellicelli, A.C., *et al.* (2019) ``The interplay among entrepreneur, employees, and firm level factors in explaining SMEs openness: A qualitative micro-foundational approach''. *Technological Forecasting and Social Change Technological Forecasting and Social Change*, vol. 151, p. 119820. DOI: <https://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119820>
- Pellicelli, A.C., *et al.* (2019). ``Exploring e-loyalty antecedents in B2C e-commerce: empirical results from Italian grocery retailers''. *British Food Journal*, vol. 121 (n° 2), p. 574-589. DOI: <https://dx.doi.org/10.1108/BFJ-04-2018-0216> ISSN: 0007-070X
- Pellicelli, A.C., *et al.* (2018). ``Innovation and social responsibility in food ingredients market''. *Global Business & Economics Review*, vol. 20 (n° 5/6), p. 573-581. DOI: <https://dx.doi.org/10.1504/GBER.2018.10010790> ISSN: 1097-4954
- Pellicelli, A.C., *et al.* (2018). ``The role of big data in shaping ambidextrous business process management: case studies from the service industries''. *Business Process Management Journal*, vol. 24 (n° 5), p. 1-20. DOI: <https://dx.doi.org/10.1108/BPMJ-07-2017-0215> ISSN: 1463-7154
- Pellicelli, A. C. (2017). `` The meeting between salesman and customer in luxury goods: a new view.''. *LUXI Luxury Industries Symposium Papers* (pp. 1-18). International Marketing Trends Conference.
- Pellicelli, A. C., *et al.* (2016). `` Sustainability and social responsibility in the food industry. Focus on ingredients industry''. *Innovation, Entrepreneurship and Digital Ecosystems*, p. 328-338. EuroMed Press.
- Pellicelli, A.C., *et al.* (2014). ``Innovation Policy and Environmental

Sustainability as Strategic Tools for Researching Higher Performances. A Regional Empirical Analysis to Find the Best Practice''. *International Journal Of Sustainable Society*, vol. 6 (n° 1/2), p. 170-184. DOI: <https://dx.doi.org/10.1504/IJSSOC.2014.057896> ISSN: 1756-2538

- Pellicelli, A.C., *et al.* (2005). "Distribuzione. Il progetto lista nozze nei grandi magazzini. La Rinascente.". *Logistica Management*, vol. 153, p. 59-68. ISSN: 1120-3587
- Pellicelli, A.C. (2000). "Analisi della concorrenza. Verso nuovi modelli". *Economia & Management*, vol. 5, p. 109-120. ISSN: 1120-5032

ARTICOLI IN RIVISTE NON SCIENTIFICHE

- Pellicelli, A.C. "Quella birra artigianale che resiste", La Stampa 7/12/2021.
- Pellicelli, A.C. (2016). "I rischi di reputazione aziendale". *The Procurement*, vol. 1, p. 18-19. Anno 2 n. 1 feb -mar.
- Pellicelli, A.C. (2016). "Il modello delle 7S per l'analisi interna"-*The Procurement*, anno 2 n. 3 lug-ago.
- Pellicelli, A.C. (2016). "La value chain nell'analisi di differenziazione". *The Procurement*, vol. 5, p. 18-19. Anno 2n. 5 nov – dic.
- Pellicelli, A.C. (2003). "Strategic Alliances". *EADI workshop on clusters and global value chains in the north and third world*, Facoltà di Economia, Novara, vol. 30, 30-31 ott.

LIBRI

- Pellicelli, A.C., *et al.* (2021). *Listen, libere conversazioni sul brand e la consumer obsession*. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 9788892137615
- Pellicelli, A.C., *et al.* (2017). *Le strategie di branding dell'era digitale. Case Studies*. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 9788892176690
- Pellicelli, A. C. (2009). *Introduzione al marketing strategico*. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 9788834896488
- Pellicelli, A. C. (2008). *Le strategie di posizionamento nell'economia digitale*. Asa editrice G. Giappichelli. ISBN: 9788834886946
- Pellicelli, A. C. (2008). *Le alleanze strategiche nel trasporto aereo*. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 9788834883563
- Pellicelli, A.C. (2004). *Le compagnie aeree. Economia e gestione del trasporto aereo*. Casa editrice Giuffrè, Milano.
- Pellicelli, A. C. (2004). *La gestione dei rischi nelle imprese*. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 9788834845981
- Pellicelli, A. C. (1996). *Le compagnie aeree. Economia e gestione del trasporto aereo*. Casa editrice Giuffrè, Milano. ISBN: 8814056323

- Pellicelli, A. C. (1999). *Le strategie delle imprese high tech*. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 8834892836
- Pellicelli, A. C. (1996). *Il controllo nelle imprese della grande distribuzione*. Casa editrice Giuffrè. ISBN: 9788814060557

CAPITOLI DI LIBRO

- Pellicelli, A.C., et al. (2020). *The RFID Technology for monitoring the supply chain and for fighting against counterfeiting: a fashion company case study*. Fashion Industry. An Itinerary Between Feelings and Technology, p. 59-71. Casa editrice IntechOpen. DOI: <https://dx.doi.org/10.5772/intechopen.86344> ISBN: 9781789841190, 9781789841206, 9781789852592
- Pellicelli, A.C., et al. (2019). *Product risks and life cycle*. The Future of Risk Management, Vol. 2: Perspectives on Financial and Corporate Strategies, p. 425-444. Casa editrice Palgrave Macmillan. DOI: https://dx.doi.org/10.1007/978-3-030-16526-0_17 ISBN 9783030165253
- Pellicelli, A. C., et al. (2018). *Il caso Cassa di Risparmio di Asti*. Le Strategie di Branding nell'era Digitale. Case Studies, p. 189-214. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 978-88-921-7669-0
- Pellicelli, A.C. (2018) *Il caso Monnalisa*. Le Strategie di Branding nell'era Digitale. Case Studies, p. 277-290. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 9788892176690
- Pellicelli, A. C. (2017). *L'economia digitale cambia il contesto delle strategie di posizionamento. Digital marketing nei mercati dei beauty brands*. Strategie di Marketing Digitale applicate a diversi mercati, p. 89-110. Casa editrice G. Giappichelli.
- Pellicelli, A.C. et al. (2017). *Aggressività dell'impresa e rischi di reputazione*. Aggressività e violenza della società locale e globale, p. 356-368. Casa editrice Franco Angeli. ISBN:8891744492
- Pellicelli, A. C., et al.(2016). *Brand Care: tutela e valorizzazione. Caso Certmade*. Marketing del III millennio. Economia emergenti e concept evolutivi di imprese in rete, p. 200-213. Casa editrici Amici d'Autore.
- Pellicelli, A. C., et al. (2016). *Il caso KEMIN*. Marketing del III millennio. Economia emergenti e concept evolutivi di imprese in rete (pp. 61-90). Amici d'Autore. ISBN: 8890921927
- Pellicelli, A. C., et al. (2015). *Le sfide del brand nell'era digitale*. La sfida dell'intangibile. Strumenti, tecniche, trend per una gestione consapevole nelle organizzazioni e nei territori, p. 139-148. Casa editrice Franco Angeli. ISBN: 9788891709530
- Pellicelli, A. C., et al. (2014). *Riconoscibilità e tutela dei prodotti made in*

Italy nei mercati internazionali. In Strategie di marketing da III millennio, p. 241-267. Casa editrice Amici d'autore. ISBN: 9788890921919.

- Pellicelli, A. C. (2012). *Analisi di marketing e Yield Management nel trasporto aereo*. Marketing strategico e Branding. Case studies, p. 241-270. Casa editrici G. Giappichelli. ISBN: 9788834825457
- Pellicelli, A. C., et al. (2012). *Il caso Cassa di Risparmio di Asti. Analisi del consumatore e customer satisfaction nell'erogazione del servizio bancario*. Marketing strategico e Branding. Case studies, p. 169-198. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 9788890921919
- Pellicelli, A. C. (2012). *Presentazione*. Marketing Strategico e branding. Case Studies, Torino, p. 1-4. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 9788834825457.
- Pellicelli, A. C., et al. (2009). *Assessing Kitchen Purchase Behaviour among Families Using Correspondence Analysis*. Consumer Behavior, p. 49-61. Casa editrice Nova Science Pub Inc. ISBN: 9781606923948, 978161728772-5
- Pellicelli, A. C. (2007). *Il marketing strategico nel trasporto aereo*. Strategie di marketing applicate a differenti mercati, p. 31-111. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 9788834874264
- Pellicelli, A. C. (2002). *Il caso Ryanair*. Casi di marketing, p. 227-264. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 9788834823927
- Pellicelli, A. C. (2002). *Il caso Southwest Airlines*. Casi di marketing, p. 31-78. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 978883482392
- Pellicelli, A. C., et al. (2000). *Il caso Kinder Ferrero*. Global Players ed Economia Aziendale, p. 63-71. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 8834801385
- Pellicelli, A. C. (2000). *Il marketing*. Lezioni di economia aziendale, p. 29-38. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 8834835425
- Pellicelli, A. C. (2000). *Le compagnie aeree*. Lezioni di economia aziendale, p. 643-658. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 8834835425
- Pellicelli, A. C. (1996). *Le compagnie aeree*. Lezioni di economia aziendale, p. 643-658. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 8834861353
- Pellicelli, A.C. (1996). *Il Marketing*. Lezioni di economia aziendale, p. 29-38. Casa editrice. Casa editrice G. Giappichelli. ISBN: 8834861353

Presentazioni a Convegni e Atti di Convegno

- 2023, Seoul Gamma Global Marketing Conference. From Direct-To-Consumer (D2C) to Direct-To-Meta human (D2M): an Experimental Study on the Metaverse.
- 2023, ACIEK, 18th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge. Nfts as a means to institutionalize consumer roles in the metaverse: an experimental study.
- 2023, New Orleans. American Marketing Association Conference, Democratizing

luxury in the Metaverse. An experimental study.

- 2022, Perth Australia. ANZMAC Conference. Checkmate to the competition in the metaverse: NFTs as innovative tools to win consumer engagement through phygital luxury brand experience.
- 2022, Monterey. American Marketing Association Conference *The power of the omnichannel strategy and the role of marketing in this strategy*
- 2021, Gamma Global Marketing Conference Joint Symposium Seoul 6-8 Novembre, *luxury consumer behavior during the Covid pandemic. the rediscovery of the strong value of the in-store experience promoted by the digital world.*
- 2021 Eight International Conference, 14-16 Giugno National Brand and PrivateLabel Marketing: New Trends.
- 2021 Università Cattolica di Santa Fè *Successo dell'internazionalizzazione delle imprese edelle PMI italiane.*
- 2020, Il Marketing per una società migliore XVII SIM Conference, Liuc Università Cattaneo 28-30 Ottobre, *The music industry. Disruptive innovation and marketing strategies.*
- 2020, Gamma Global Marketing Conference at Seoul, 5-7 Novembre, ISSN 1976- 8699 Investigating why online purchasing pushes offline sales in the luxury market.
- 2017, Marketing Luxury Industries Conference, Symposium Marketing Trends, “*Le Curve d’Entusiasmo e la loro applicazione nel rapporto cliente/venditore. Il caso del settore Nautico*”.15-16 Settembre.
- 2017, Global and National business theories and practice: bringing the past with the future, Euromed: “*Competitive Advantage in Airline Management*” – Track 25. Roma,13-15 settembre.
- 2017, Convegno Toulon-Verona “*Customer satisfaction surveys also intended to gain information on the enterprise core business enlargement. A case history in banking services*”. 7-8 Settembre.
- Convegno International Conference Information Hospitality Tourism Barcellona 17-18 Agosto 2017 “*The Impact of Different Locations on the Perception of the Same Product an Application to Motor Industry*”
- Convegno International Conference Information Hospitality Tourism Barcellona 17-18 Agosto 2017 “*Airline Management. A Study on Revenue Management, Low-Cost Strategies*”
- 2017, Università degli Studi di Padova. Dipartimento di Filosofia, Sociologia e Pedagogia applicata. Convegno: ‘Scienza e coscienza a 1000 euro al mese. Neolaureatie mercato del lavoro’ presentazione del paper: “*Il manager d’azienda porta la sua esperienza dentro le aule dell’università. Case history di successo occupazionale e survey tra gli alumni del Master in Marketing, Sales & Management dell’Università di Torino*”. Poster (coautore), 17 Marzo.
- 2016, Warsaw, Poland .9th Conference of the EuroMed Academy of Business, Euromed Press.*Family Business Innovation: performance analysis in food*

ingredients industry. In: Innovation, Entrepreneurship, and Digital Ecosystems, p. 1446-1457, EuroMed Press, ISBN: 978-9963- 711-43-7, Warsaw, Poland, 14-16 Settembre.

- 2016, Pellicelli Anna Claudia et al, *Sustainability and social responsibility in the foodindustry. Focus on ingredients industry*. In: Innovation, Entrepreneurship and Digital Ecosystems, p. 1446-1457, Warsaw, Poland: EuroMed Press, ISBN: 978-9963-711- 43-7, Warsaw, Poland, 14- 16 Settembre.
- 2014, Pellicelli Anna Claudia et al, *Methodologies and Applications Related to Market Opportunities*. In: 7th Asia-Pacific Global Marketing Conference, p. 1-20, Singapore, ISBN: 978-1-922069-58-0, Marina Bay Sands, Singapore, 15-18 Luglio.
- 2011, Pellicelli Anna Claudia et al , *Esperienze congiunte di customer satisfaction e dianalisi del consumatore nell'erogazione del servizio bancario*, In: XXIII Sinergie Annual Congress – corporate governance and strategic communication. is communication taking over?, p. 1-38, Milano: Sinergie, Milano, 10-11 Dicembre.
- 2011, Pellicelli Anna Claudia (coautore) *Innovation Policy and Environmental Sustainability as Strategic Tools for Reaching Higher Performances. A Regional Empirical Analysis to Find the Best Practice*. In: Building Capabilities for Sustainable Global Business: Balancing Corporate Success & Social Good, p. 1-12, Montclair: SGBED – Montclair State University, Singapore, 21-23 Luglio.
- 2010, Pellicelli Anna Claudia (coautore). *Brand equity evaluation and corporate performance measurements. An empirical analysis on the value creation process into Piedmont luxury context*. In: 6th interdisciplinary workshop on intangibles, intellectual, capital & extra-financial information, p.1-27, Brussel: eiasm, Catania, 30 Settembre – Ottobre.
- 2003, Pellicelli Anna Claudia, *Strategic Alliances*. In: EADI workshop on clusters and global value chains in the north and third world, Novara: Dipartimento di Scienze- economiche e metodi quantitative, Novara, 30-31 Ottobre.
- 2002, Pellicelli Anna Claudia, *Risk Management. Defining and assessing risks*. In: International conference. Business policies and strategies in a global market, (369- 386) Facoltà di Economia di Torino.

COORDINAMENTO NEL CAMPO DELLA RICERCA SCIENTIFICA

- Attività di ricerca sul progetto Ecosistema dell'Innovazione “NODES - Nord Ovest Digitale E Sostenibile” finanziato con fondi PNRR Missione 4, Componente 2, Investimento 1.5 Proposte di intervento per la creazione e il rafforzamento di "ecosistemi dell'innovazione" - Decreto di concessione del finanziamento n. 1054 del 23 giugno 2022, inviato dal MUR.
- Membro del Comitato scientifico Joy of Moving Progetto di responsabilità sociale del Gruppo Ferrero.

- Referente per il Protocollo d'intesa tra il Dipartimento di Management e *Associazione Italiana Acquisti e Supply Management* per la diffusione della conoscenza in materia di Acquisti e Supply Management.
- Referente per il Protocollo d'intesa tra il Dipartimento di Management e l'Organismo Italian Identity per la costituzione, presso il Dipartimento di Management, di un *Osservatorio sulla percezione del 'MADE IN - Origine dei prodotti da parte del consumatore con focus sul prodotto italiano, come vantaggio competitivo nelle imprese produttrici con particolare riferimento alle logiche di internazionalizzazione.*
- Referente per il Protocollo d'intesa tra il Dipartimento di Management e Associazione Reti d'Impresa Italiane per la costituzione presso il Dipartimento di Management di un *Osservatorio Strategico Nazionale sullo sviluppo delle reti d'impresa. Focus: Italia ed Estero*, il cui obiettivo è quello di creare nuovi modelli strategici di reti d'impresa, analizzando e consolidando i medesimi negli anni a venire.
- Referente per il Protocollo d'intesa tra il Dipartimento di Management e l'Arcidiocesi di Torino per *attività di terza missione* quali trasferimento di know how rispetto ai bisogni di paesi in via di sviluppo; attività di didattica e ricerca rispetto al governo della conoscenza e sue implicazioni etiche, filosofiche, umanistiche, orientamento universitario.
- Referente per il Protocollo d'intesa tra il Dipartimento di Management e *Associazione Italiana Acquisti e Supply Management* per la diffusione della conoscenza in materia di Acquisti e Supply Management.
- Referente per il Protocollo d'intesa tra il Dipartimento di Management –sezione Economia e Direzione delle Imprese - e la Cassa di Risparmio di Asti per *l'Osservatorio per l'internazionalizzazione delle piccole medie imprese piemontesi.*
- Referente per il Protocollo d'intesa tra il Dipartimento di Management e la Fondazione *Stadio Filadelfia* con l'obiettivo di individuare possibili percorsi di comunicazione e articolate campagne di fundraising e crowdfunding per la ricostruzione dello stadio Filadelfia.
- Membro del Progetto di ricerca finanziato dalla Compagnia di S.Paolo: *From neet toneed, percorsi partecipati di socializzazione al lavoro.* Ricerca nel Nord-ovest italiano.
- Progetto di ricerca PRIN2002, Turismo e politiche di sviluppo locale, Università degli studi del Piemonte orientale “Amedeo Avogadro”, Vercelli
- Progetto di ricerca PRIN 2001, Turismo ed ambiente. Per uno sviluppo locale sostenibile, Università degli studi del Piemonte orientale “Amedeo Avogadro”, Vercelli.

MEMBRO INDIPENDENTE DEI CONSIGLI DI AMMINISTRAZIONE

- Centrale del Latte d'Italia

- NovaCoop

MEMBRO INDIPENDENTE DEL CONSIGLIO DIRETTIVO DI ASSOCIAZIONI ONLUS

- Amici di Villa Della Regina
- Club Dirigenti Vendite e Marketing CDVM
- AICQ Piemonte
- UNI/CT Ambiente

SOCIO

- SIM Società Italiana Marketing
- SIMA Società Italiana Management
- AIDEA Associazione Italiana di Economia Aziendale
- AMS American Marketing Science
- Accademia Italiana di Agricoltura
- LiftT

Torino, dicembre 2023

Anna Claudia Pellicelli