Maria Cristina Cito

ASSOCIATE PROFESSOR OF PRACTICE
Brand & Communication

MARIACRISTINA.CITO@UNIBOCCONI.IT

Biografia

Maria Cristina Cito, PhD, è Associate Professor of Practice di Marketing and Sales presso SDA Bocconi School of Management.

Dal 2017 è Direttrice dei programmi Marketing Management (ed. Intensiva), Comunicare per creare valore (online), Ricerche di Marketing (online). Dal 2018 al 2021 è stata Direttrice del programma Marketing Management (ed. Serale). È membro della Faculty dell'EMBA, del GEMBA, dell'MBA e del MAMA. È anche Faculty member di SDA Bocconi Asia Center, Mumbai (India).

I suoi lavori sono stati pubblicati su Journal of Consumer Psychology, Psychology and Marketing, Economia e Management. Le sue competenze si sviluppano nell'ambito del consumer behaviour. Nel suo lavoro di ricerca indaga l'impatto delle emozioni nelle esperienze di consumo e il ruolo dell'identità personale nelle preferenze di proposte di valore.

Maria Cristina ha conseguito la Laurea cum laude presso l'Università Bocconi, un PhD in General Management presso Alma Mater Studiorum, Università di Bologna. Ha conseguito un ITP (International Teachers Program) presso INSEAD Paris.

Ambito di insegnamento

Corporate Communication

Omnichannel Communication

Market Strategy & Competition

Marketing Management

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

LEUNG E., CITO M. C., PAOLACCI G., PUNTONI S.
Preference for Material Products in Identity-Based Consumption
Journal of Consumer Psychology, 2021, vol.32, no. 4, pp.672-679

CAIOZZO P., CITO M., TAGGIASCO G.
Extraordinary salespeople: competenze per competere

Economia & Management, 2017, no. 1, pp.23-29

CAIOZZO P., CITO M. C., MINIERO G.
Venditori si nasce? Il mestiere visto dagli studenti
Economia & Management, 2017, no. 1, pp.13-17

TROILO G., CITO M., SOSCIA I.
Repurchase behavior in the performing arts: Do emotions matter without involvement?
Psychology & Marketing, 2014, vol.31, no. 8, pp.635-646

ANCARANI F., CITO M., SAIBENE C., SCARPA A.
Marketing in emerging markets. Come conquistare le aree rurali
Economia & Management, 2012, no. 1, pp.15-21

CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

CITO M., FILOTTO U., OMARINI A.
L'organizzazione delle funzioni Marketing nel settore bancario e assicurativo in *Il marketing per le banche e le assicurazioni. Competenze specifiche e pratiche di successo*
F. Ancarani, P. Musile Tanzi (a cura di), Egea, pp.71-87, 2012

ANCARANI F., CITO M., MUSILE TANZI P., SAIBENE C.
Le competenze di marketing nel settore bancario e assicurativo in *Il marketing per le banche e le assicurazioni. Competenze specifiche e pratiche di successo*
F. Ancarani, P. Musile Tanzi (a cura di), Egea, pp.17-41, 2012

GUENZI P., TROILO G., SAIBENE C., CITO M., SCARPA A.
Competenze di marketing & sales, metriche e performance in *Marketing & sales excellence. Come trasformare competenze di marketing in performance di successo*
F. Ancarani (a cura di), Egea, pp.2-41, 2011

LO NOSTRO S., ANCARANI F., CITO M.
I casi di eccellenza nel marketing Enel Energia in *Marketing & sales excellence. Come trasformare competenze di marketing in performance di successo*
F. Ancarani (a cura di), Egea, pp.81-88, 2011

GUINDANI P., DUILIO A., ROSSINI A., ANCARANI F., CITO M., SCARPA A.
I casi di eccellenza nel marketing Vodafone Italia in *Marketing & sales excellence. Come trasformare competenze di marketing in performance di successo*
F. Ancarani (a cura di), Egea, pp.89-104, 2011

LANZETTA N., ANCARANI F., CITO M.
I casi di eccellenza nel sales Enel Energia in *Marketing & sales excellence. Come trasformare competenze di marketing in performance di successo*
F. Ancarani (a cura di), Egea, pp.117-125, 2011

PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

CITO M. C., PUNTONI S., PAOLACCI G., LEUNG E.
The Dematerialization of Consumption
ACR - The Association of Consumer Research Conference - 17-20 October, 2019, Atlanta, Stati Uniti d'America

CAIOZZO P., CITO M. C., GUENZI P., MINIERO G., GHADDAR S.

How students perceive salespeople and the sales job
GSSI - Global Sales Science Institute Conference - June 8-9, 2017, Le Morne, Mauritius

CITO M. C., PUNTONI S., PAOLACCI G., LEUNG E.
Dematerialization and consumption
European Marketing Academy Annual Conference - 23-26 May, 2017, Groningen, Paesi Bassi

CAIOZZO P., GUENZI P., MINIERO G., CITO M.
How students perceive salespeople and the sales job
Global Sales Science Institute (GSSI) Conference, 2016, Birmingham, Gran Bretagna

CITO M. C., MONTAGUTI E., ZAMMIT A.
Identity Changes and Consumer Behavior
European Marketing Academy Annual Conference - 26-29 May, 2015, Leuven, Belgio

CITO M., MONTAGUTI E., ZAMMIT A.
Identity Transition and Consumer Bahaviour
43rd Annual Conference of the European Marketing Academy - 3-6 June, 2014, Valencia, Spagna

CITO M., TROILO G., SOSCIA I.
Behavioural Loyalty in the Performing Arts: Do Emotions Matter without Involvement?
XII International Conference on Arts & Cultural Management - June 26-29, 2013, Bogotà, Colombia

CITO M., TROILO G., SOSCIA I.
Behavioural Loyalty in the Performing Arts: Do Emotions Matter without Involvement?
European Marketing Academy Annual Regional Conference - June 4-7, 2013, Istambul, Turchia

SAIBENE C., ANCARANI F., CITO M., MUSILE TANZI P.
The relevance of marketing competencies in financial and non financial industries
INFORMS Marketing Science Conference - 7-9 June, 2012, Boston, Stati Uniti d'America

Grants & Premi

Research Grant – Marketing Science Institute , 2017