

Deborah Raccagni

DIGITAL MARKETING

ARTICLES IN SCHOLARLY JOURNALS

ANTONELLI L., RACCAGNI D.

Al di là della vittoria: il fan engagement tra identità e comunità

Economia & Management, 2023, no. 4, pp.95-98

PIANCATELLI C., MASSI M., RACCAGNI D.

Battere la concorrenza con Metaverso e NFT. Come utilizzare strumenti innovativi per coinvolgere i clienti nel mondo digitale

Harvard Business Review Italia, October, 2022

PIANCATELLI C., RACCAGNI D., MASSERINI S.

Il ruolo strategico dei social media nel mutato contesto degli eventi

Harvard Business Review Italia, March, 2021

PRANDELLI E., VERONA G., RACCAGNI D.

Diffusion of Web-Based Product Innovation

California Management Review, 2006, vol.48, no. 4, pp.109-135

PRANDELLI E., VERONA G., RACCAGNI D.

Il ruolo del Web ai fini del coinvolgimento del cliente nei processi di innovazione: teoria e prassi a confronto

Micro & Macro Marketing, 2003, vol.3, pp.321-352

RESEARCH MONOGRAPHS

VICARI S., CILLO P., RACCAGNI D.

Product Innovation - Dall'idea al lancio del nuovo prodotto

Egea, Milano, Italy, 2013

TEXTBOOKS

BUSACCA B., CHIZZOLI C., RACCAGNI D.

Customer Value Analysis. Problems and Applications

Egea, Milano, Italy, 2014

VICARI S., CILLO P., RACCAGNI D.

CONTRIBUTION TO CHAPTERS, BOOKS OR RESEARCH MONOGRAPHS

PIANCATELLI C., MASSI M., RACCAGNI D.

Marketing Experiential Events Through New Media: The Ferragnez Wedding Case in *Handbook of Research on New Media Applications in Public Relations and Advertising*
Elif Esiyok (Eds), IGI Global, chap. 8, pp.133-148, 2020

RACCAGNI D.

Il valore del content marketing, online in *Marketing Una Disciplina Fantastica*
B. Busacca, M. Costabile (Ed), Egea, pp.439-458, 2018

RACCAGNI D.

Channel management in *Marketing@Bocconi*
E. Valdani (Ed), Egea, chap. 19, pp.521-550, 2016

CIRRINCIONE A., RACCAGNI D.

Identificare il mercato obiettivo: definizione e segmentazione del mercato in *Marketing@Bocconi*
E. Valdani (Eds), Egea, chap. 6, pp.139-182, 2016

PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

PRANDELLI E., RACCAGNI D., VERONA G.

Web-based product innovation: How much customer knowledge companies actually import
24th SMS Annual International Conference, October 31–November 3, 2004, San Juan, Puerto Rico, United States of America

PRANDELLI E., RACCAGNI D., SAWHNEY M., VERONA G.

Collaborative marketing and innovation: Involving customers through the web
Marketing Science Conference, June, 2003, Baltimore, United States of America
