

Erica Paola Corbellini

DIGITAL TRANSFORMATION

ARTICLES IN SCHOLARLY JOURNALS

CORBELLINI E. P., SAVIOLO S.

Come il sistema moda deve ripensare i suoi fondamentali

Economia & Management, 2020, no. 4, pp.70-74

CORBELLINI E. P., RINALDI F. R.

Se il prodotto tessile diventa marchio

Economia & Management, 2017, no. 1, pp.69-78

CORBELLINI E. P.

Il 'See now buy now'. Verso una moda fast?

Economia & Management, 2016, no. 4, pp.27-31

CORBELLINI E. P., MARAFIOTI E.

La CSR nella moda: strumento di marketing o elemento fondante della strategia di impresa?

Economia & Management, 2013, no. 3, pp.61-80

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

Expo 2015 e la moda milanese: le opportunità da cogliere

Economia & Management, 2012, no. 3, pp.64-74

CORBELLINI E., RINALDI F. R., ROTA A.

Il brand Milano attraverso la moda e il design

Economia & Management, 2011, no. 1, pp.75-98

CORBELLINI E. P.

Il vantaggio competitivo delle sfilate milanesi: fonti e sostenibilità

Economia & Management, 2007, no. 5, pp.53-68

PRACTICE-ORIENTED BOOKS

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

Management in fashion and luxury companies

Rizzoli Etas, Milano, Italy, 2009

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

L'esperienza del lusso. Mondì, mercati, marchi

Etas Libri, Milano, Italy, 2007

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

La scommessa del Made in Italy e il futuro della moda italiana

Etas Libri, Milano, Italy, 2004

CORBELLINI E., CARCANO L., VARACCA P., LOJACONO G.

Il mondo orafa fra tradizione e innovazione

Etas Libri, Milano, Italy, 2002

EDITED BOOKS

CARCANO L., CORBELLINI E. P., LOJACONO G., VARACCA P. (EDS.)

Il sistema gioiello tra tradizione ed innovazione

Etas Libri, Milano, Italy, 2002

CONTRIBUTION TO CHAPTERS, BOOKS OR RESEARCH MONOGRAPHS

CORBELLINI E., MARAFIOTI E.

Coniugare obiettivi economici e sociali per le imprese del sistema moda in *Economia Aziendale e Management. Scritti in Onore di Vittorio Coda*

G.Airoidi, G.Brunetti, G.Corbetta, G.Invernizzi (Eds),Egea, pp.1157-1168, 2010

CORBELLINI E.

Il processo di comunicazione in *Le imprese del sistema moda. Il management al servizio della creatività*

S.Saviolo, S.Testa(Ed), Rizzoli Etas, 2005

CORBELLINI E. P.

Il valore del gioiello Made in Italy in *Il gioiello italiano ad una svolta. Dalla crisi alla costruzione di nuove opportunità*

Luana Carcano, Antonio Catalani, Paola Varacca Capello(Ed), Franco Angeli, 2005

CARNEVALE MAFFE' C. A., CORBELLINI E. P.

Tod's in *Strategia e politica aziendale. Casi*

G. Invernizzi (Eds),Egea, 2004

CORBELLINI E.

I clienti: i settori calzaturiero e della pelletteria in *Lo sviluppo imprenditoriale delle economie locali. I comprensori del Medio Valdarno Inferiore, di Ponsacco e di Empoli*

G.Airoidi, A.Zattoni(Ed), Franco Angeli, 2002

CORBELLINI E.

Il distretto dell'abbigliamento in pelle di Empoli in *Lo sviluppo imprenditoriale delle economie locali. I comprensori del Medio Valdarno Inferiore, di Ponsacco e di Empoli*

G.Airoidi, A.Zattoni(Ed), Franco Angeli, 2002

CORBELLINI E. P.

Sulla rete senza rete? Un modello di valutazione della sostenibilità strategica dei business model su Internet in *E-business. Condizioni e strumenti per le imprese che cambiano*

C.Dematté(Ed), Etas Libri, 2001

ARTICLES IN NATIONAL/INTERNATIONAL NEWSPAPERS

CORBELLINI E. P.

La moda uomo verso il new normal

Il Giorno, 30 January, 2021

CASES IN INTERNATIONAL CASE COLLECTIONS

CORBELLINI E. P., ROSSO S. U.

Can a B2C Strategy Elevate a B2B Brand? The Case of Vitale Barberis Canonico

2019, The Case Centre, Great Britain

CORBELLINI E. P.

Patrizia Pepe: Advanced Quick Fashion

2006, The Case Centre, Great Britain

CARNEVALE MAFFE' C. A., CORBELLINI E. P.

Tod's: Building and Developing a Luxury Group

2005, The Case Centre, Great Britain

OTHER

CORBELLINI E. P.

C'erano una volta le seconde linee

2015, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italy

CORBELLINI E. P.

Quando le aziende della moda fanno scuola

2015, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italy

CORBELLINI E.

Transmedia storytelling: il cliente eroe della storia

2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italy

CORBELLINI E.

Disruption: la disciplina dell'indisciplina

2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italy

CORBELLINI E. P.

Ingredient branding: perché è una strategia win-win

2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italy

CORBELLINI E.

Fashion bloggers: una moda destinata a durare?

2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italy

CORBELLINI E.

Masstige: applicare il dream factor al mass market. Rubrica "Esercizi di style"

2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italy

CORBELLINI E. P.

L'evoluzione delle settimane milanesi della moda

2005, Impresa & Stato, Italy

PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

CORBELLINI E.

Ingredient branding: rendere l'invisibile visibile

Il valore del marchio - Convegno Confindustria Cuneo, 26 Novembre, 2014, Cuneo, Italy

RESEARCH NOTES OR SHORT ARTICLES IN JOURNALS

CORBELLINI E. P., PALADINO L.

The Value of Made in Italy Fashion Production in the Time of Covid-19

2020, *Economia & Management Plus*, Milano, Italy
