SDA Bocconi
SCHOOL OF MANAGEMENT

Carolina Guerini

MARKETING MANAGEMENT

ARTICLES IN SCHOLARLY JOURNALS

GUERINI C., MASCIANDARO D.
L'Educazione finanziaria tra mercato e stato: analisi economica e caso italiano
Bancaria, 2024, no. 1, pp.2-22

GUERINI C., FORNACIARI F. I.
Covid-19 & consumers' behaviors and preferences: is a renewed love for home greenery a feature of the new normal lifestyle?
Micro & Macro Marketing, 2022, vol.XXXI, no. 3, pp.547-563

GUERINI C., MINELLI E. A.
The subjective side of DiDIY: the profile of makers in network marketers communities
Data Technologies and Applications, 2018, vol.52, no. 1, pp.84-104

ADDIS M., GUERINI C.
Customer centricity dal dire al fare
Economia & Management, 2017, no. 3, pp.10-16

STOCCHI L., GUERINI C., MICHAELIDOU N.
When are apps worth paying for? How marketers can analyze the market performance of mobile apps
Journal of Advertising Research, 2017, vol.57, no. 3, pp.260 - 271

GUERINI C., STOCCHI L.
Applicazioni mobile: la relazione tra utilizzo e immagine
Micro & Macro Marketing, 2016, vol.25, no. 2, pp.209 - 228

GUERINI C.
Network marketing: un modello vincente anche nella crisi
Economia & Management, 2013, no. 6, pp.7-18

CATTANEO E., GUERINI C.
Assessing the revival potential of brands from the past: how relevant is nostalgia in retro branding strategies?
Journal of Brand Management, 2012, vol.19, no. 8, pp.680-687

GUERINI C.
Marketing internazionale e crisi economica
Economia & Management, 2011, no. 1, pp.68-69

RESEARCH MONOGRAPHS

GUERINI C.
Network Marketing 4.0. Nuovi Strumenti per le Vendite Dirette
Egea, Milano, Italy, 2023

GUERINI C., GROSS C.
Network Marketing
Egea, Milano, Italy, 2018

GUERINI C.
Marketing globalmente integrato. La configurazione e il coordinamento delle decisioni di marketing a livello internazionale
Egea, Milano, Italy, 2010

VALDANI E., GUERINI C., BERTOLI G.
Marketing globale. Prospettive di crescita delle imprese nell'economia del terzo millennio
Egea, Milano, Italy, 2000

GUERINI C.
Imprese internazionali e marketing
Egea, Milano, Italy, 1997

FARINET A., GUERINI C.
Gli studi di economia aziendale in Francia e Germania
Egea, Milano, Italy, 1992

EDITED BOOKS

GUERINI C., FORNACIARI F. I. (EDS.)
Marketing digitale: Paradigmi e strumenti
Franco Angeli, Milano, Italy, 2020

GUERINI C. (ED.)
Social networks offline: marketing di rete e crescita aziendale
Egea, Milano, Italy, 2013

GUERINI C. (ED.)
Export Marketing
Egea, Milano, Italy, 2002

GUERINI C. (ED.)
Percorsi evolutivi del marketing
Edizioni Angelo Guerini e Associati, Italy, 1999

BERTOLI G., FARINET A., GUERINI C., MAURI C., SONGINI L. (EDS.)
Il capitalismo industriale nelle economie avanzate: Europa, Stati Uniti e Giappone
Egea, Milano, Italy, 1994

CONTRIBUTION TO CHAPTERS, BOOKS OR RESEARCH MONOGRAPHS

GUERINI C.
La sostenibilità nel marketing e nella comunicazione in *Sostenibilità, impresa e stakeholder: profili manageriali, finanziari e operativi del bilancio sostenibile*
P. Tettamanzi(Ed), A.Giuffrè Editore S.p.A., chap. 17, pp.403-424, 2023

GUERINI C.
Social media marketing ed experiment-based marketing: un connubio necessario in *Innovazione e Management: Omaggio a Salvio Vicari*
G. Bertoli, S. Castaldo, P. Cillo, G. Troilo, G. Verona(Ed), Egea, pp.339-350, 2022

GUERINI C.
Content is king: branded content, entertainment ed engaging conversation nell'ambito delle relazioni con i clienti in *Marketing digitale: Paradigmi e strumenti*
C. Guerini, F. I. Fornaciari(Ed), Franco Angeli, chap. 4, pp.53-80, 2020

GUERINI C., ADDIS M.
Customer centricity: il ruolo del marketing digitale nel nuovo orientamento al mercato in *Marketing digitale: Paradigmi e strumenti*
C. Guerini, F. I. Fornaciari (Eds),Franco Angeli, chap. 1, pp.15-29, 2020

SALUCCI A., GUERINI C.
Dal programmatic buying al programmatic marketing in *Marketing digitale: Paradigmi e strumenti*
C. Guerini, F. I. Fornaciari (Eds),Franco Angeli, chap. 11, pp.238 - 261, 2020

GUERINI C., RICCI G.
Digital analytics: metriche e strumenti per la valutazione dell'efficacia di web e mobile marketing in *Marketing digitale: Paradigmi e strumenti*
C. Guerini, F. I. Fornaciari (Eds),Franco Angeli, chap. 13, pp.282 - 335, 2020

DE TOGNI A., GUERINI C.
Internet of things (iot) e internet of everything (ioe): le aree di impatto sul marketing in *Marketing digitale: Paradigmi e strumenti*
C. Guerini, F. I. Fornaciari (Eds),Franco Angeli, chap. 12, pp.262 - 281, 2020

GUERINI C.
Milano venture company e Silicon make up: idee in evoluzione in *Start up! 25 anni di università e impresa*
F. Visconti(Ed), Guerini Next, pp.69-73, 2017

GUERINI C., STOCCHI L.
"Polygamous" consumers, markets' competitive structure and dynamics: a duplication of purchase analysis for the italian chocolate and confectionary market in *Prodotto, Consumatore e Politiche di Mercato quarant'anni dopo. Scritti in Onore di Stefano Podestà*
AA.VV. (Eds),Egea, pp.183-194, 2012

GUERINI C.
La gestione del prezzo in *La guida del Sole 24 Ore al marketing: ambiente, competizione, processi di marketing, metriche e strumenti di gestione*
G. Cristini(Ed), Il Sole 24 Ore, pp.465-487, 2009

GUERINI C.
Competere con successo nel settore delle macchine e apparecchi meccanici in *Innovazione e delocalizzazione? Solo qualche volta: 24 casi di imprese italiane di successo nei nuovi scenari competitivi*
A. Cortesi(Ed), Pearson Education, pp.119-142, 2007

VALDANI E., GUERINI C.
Export marketing: il quadro di riferimento in *Export Marketing*
C. Guerini (Eds),Egea, pp.37-59, 2002

GUERINI C.
Il valore dell'immagine paese nelle politiche di export marketing in *Export Marketing*
C. Guerini(Ed), Egea, pp.83-112, 2002

GUERINI C.
L'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese italiane in *Export Marketing*
C. Guerini(Ed), Egea, pp.3-34, 2002

GUERINI C.
La selezione dei mercati esteri per l'individuazione dei vettori di crescita nella PMI export-oriented in *Export marketing*
C. Guerini(Ed), Egea, pp.61-82, 2002

GUERINI C.
Le trading company italiane: condizioni di successo dell'esportazione indiretta in *Export Marketing*
C. Guerini(Ed), Egea, pp.115-166, 2002

GUERINI C.
Euromarketing: tra euroglobalizzazione e approcci multidomestici in *Euromanagement. Scenari competitivi e politiche aziendali in un'Europa «Quasi compiuta»*
E. Valdani, S. Castaldo(Ed), Egea, pp.117-132, 1999

GUERINI C.
Trade marketing: dal trade relation mix alla coevoluzione dei rapporti industria-distribuzione in *Percorsi evolutivi del marketing*
C. Guerini(Ed), Edizioni Angelo Guerini e Associati, pp.165-206, 1999

GUERINI C.
La comunicazione d'impresa in *Le imprese di assicurazione: profili gestionali*
S. Paci(Ed), Egea, pp.247-291, 1990

OTHER

GUERINI C., BONA A.
Distribuire in Europa: le difficoltà delle pmi
2012, Tpnewsletter, Italy

PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

GUERINI C., BRANDOLISIO A.
Are media relevant in promoting brand attitude? The evidence of 'super media' during the pandemic in Spain
3rd Digital Marketing and eCommerce Conference, DMEC 2022, June 29-30, 2022, Barcelona, Spain

GUERINI C., CATTANEO E.
Brand equity, country of manufacture, country brand ambassadors: a contribution to the brand globalization debate
52nd International Business Research Conference, July 4, 2019, Milano, Italy

GUERINI C., MINELLI E., RAVARINI A.
Women and technologies: towards a gendered profile of Digital Do-It-Yourself workers?
10th International joint Conference on Knowledge Discovery, Knowledge Engineering and Knowledge Management (IC3K 2018), September 18-20, 2018, Seville, Spain

GUERINI C., MINELLI E.
Knowledge-oriented Technologies & Network Marketing Direct Selling Organizations (NMDSO): some preliminary insights into the nature and the goals of shared knowledge

The 8th International Joint Conference on Knowledge Discovery, Knowledge Engineering and Knowledge Management – IC3K 2016, November 9-11, 2016, Porto, Portugal

CATTANEO E., GUERINI C.
Emotional connections to a brand from a past historical era: does nostalgia really matter in retro branding activities?
40th EMAC Annual Conference 2011 - May 24-26, 2011, Ljubljana, Slovenia

GUERINI C., CATTANEO E.
Yearning for the past: is nostalgia the motivator in retro branding activities?
33rd INFORMS Marketing Science Conference, June 9-11, 2011, Houston, TX, United States of America

STOCCHI L., GUERINI C., WRIGHT D. M.
Is a niche brand in the market also a niche in consumers' mind?
ANZMAC 2010: Doing more with less, 29 November-1 December, 2010, Christchurch, New Zealand

CATTANEO E., GUERINI C.
Centralization versus decentralization of marketing activities in leading Italian firms
2008 INFORMS Marketing Science Conference, June 12-14, 2008, Vancouver, Canada

---

RESEARCH NOTES OR SHORT ARTICLES IN JOURNALS

OSTILLIO M. C., BORGHINI S., CARÙ A., TRINCA COLONEL R., CUOMO S., GUERINI C.
Over 45: Mai state così bene! L'età della consapevolezza
2013, Economia & Management, Italy