

# Luca Molteni

## BUSINESS DATA ANALYTICS

---

### ARTICLES IN SCHOLARLY JOURNALS

MOLTENI L., POLI M.

**Data scientist chi è, cosa fa e come lo fa**

Economia & Management, 2021, no. 2, pp.43-51

BORGONOVO E., MOLTENI L.

**Gli advanced analytics a supporto delle decisioni manageriali**

Economia & Management, 2021, no. 2, pp.25-29

MOLTENI L., PONCE DE LEON J.

**Forecasting With Twitter Data: An Application To Usa Tv Series Audience**

International Journal of Design & Nature and Ecodynamics, 2016, vol.11, no. 3, pp.220-229

MOLTENI L., TONINI D.

**L'impatto dei Big Data Analytics sulle decisioni manageriali. Stato dell'arte e prospettive in ambito europeo**

Economia & Management, 2015, no. 1, pp.13-18

BUSACCA B., BERTOLI G., MOLTENI L.

**Consumatore, marca ed "Effetto Made in": evidenze dall'Italia e dagli Stati Uniti**

Finanza, Marketing e Produzione, 2006, vol.24, no. 2, pp.5-32

MEZZETTI M., LUSCIA F., MOLTENI L.

**Graphical Models and Customer Satisfaction**

Statistica Applicata, 2005, vol.16, no. 4, pp.487-513

MOLTENI L., ORDANINI A.

**Consumption Patterns, Digital Technology and Music Downloading**

Long Range Planning, 2003, vol.36, no. 4, pp.389-406

---

### RESEARCH MONOGRAPHS

DE LAURENTIS G., MAINO R., MOLTENI L.

**Developing, Validating and Using Internal Ratings: Methodologies and Case Studies**

John Wiley & Sons, , 2010

---

## EDITED BOOKS

MOLTENI L., TROILO G. (EDS.)

**Ricerche di marketing. Metodologie e tecniche per le decisioni strategiche e operative - II Ed.**

Egea, Milano, Italy, 2022

MOLTENI L., BORGONOV E. (EDS.)

**Quando ai manager danno i numeri . Come prendere decisioni nell'era dei big data**

Egea, Milano, Italy, 2020

MOLTENI L., TROILO G. (EDS.)

**Ricerche di marketing. Metodologie e tecniche per le decisioni strategiche e operative di marketing**

Egea, Milano, Italy, 2012

MOLTENI L., TROILO G. (EDS.)

**Ricerche di marketing. II Ed.**

McGraw-Hill Italia, Italy, 2007

MOLTENI L., TROILO G. (EDS.)

**Ricerche di marketing**

McGraw-Hill Italia, Italy, 2003

---

## TEXTBOOKS

MOLTENI L., PICCARRETA R.

**Note di statistica descrittiva**

Egea, Milano, Italy, 2001

MOLTENI L.

**Elementi di statistica descrittiva per l'analisi di dati aziendali**

Edizioni Angelo Guerini e Associati, , 1998

---

## CONTRIBUTION TO CHAPTERS, BOOKS OR RESEARCH MONOGRAPHS

MOLTENI L.

**L'impatto delle immagini sul livello di interesse per un'offerta digital: applicazione al mercato immobiliare**

in *Marketing: una disciplina fantastica - Omaggio a Enrico Valdani*

B.Busacca, M.Costabile(Ed), Egea, pp.379-391, 2018

MOLTENI L., SOSCIA I.

**Le ricerche di mercato** in *Marketing e fiducia*

S. Castaldo (Eds), Il Mulino, chap. 7, 2009

MOLTENI L., TROILO G.

**Le ricerche sull'evoluzione e sul potenziale dei mercati** in *Ricerche di marketing*

L. Molteni, G. Troilo (Eds), McGraw-Hill Italia, pp.281-333, 2003

COFFETTI E., DE LAURENTIS G., MOLTENI L.

**I processi di rating e i modelli di scoring** in *La misurazione e la gestione del rischio di credito*

A.Sironi, L.Marsella (Eds), Bancaria Editrice, chap. 2, 1998

---

## CASES IN INTERNATIONAL CASE COLLECTIONS

MOLTENI L.

**Machine Learning, Text Analytics, Sentiment and Topic Analysis: Italian Restaurants TripAdvisor Case**

2024, The Case Centre, Great Britain

---

## PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

BUSACCA B., BERTOLI G., MOLTENI L.

**The interaction effects between brand and made-in country: evidences from Italy and U.S.A.**

*4th International Congress On Marketing Trends in Europe - January 21-22, 2005, Paris, France*

---