

---

ASSOCIATE PROFESSOR OF PRACTICE

**Brand & Communication**

**CARMELA.OSTILLIO@SDABOCCONI.IT**

---

# Biography

Maria Carmela Ostillio is an Associate Professor of Practice of Marketing and Sales at SDA Bocconi School of Management. She teaches and is in charge of the course Brand Management at Università Bocconi.

At SDA Bocconi, she is a Core Faculty Member and Director of the Brand Academy. She has been responsible for research and education projects ("Customized-Programs") for companies focused on consumer goods, Services and B2B.

Her research activities focus mainly on branding, strategic brand management, marketing & corporate communications. She is currently working on other issues linked to her previous research, in particular, direct & interactive marketing, marketing One to One, customer database and marketing information systems.

She is the author of numerous books and articles on her topics of interest. Her works have been published in the Journal of Interactive Marketing, the Journal of Global Fashion Marketing: bridging Fashion and marketing, the International Journal of Arts Management, Economia & Management and Micromacro Marketing, among others. She has been a Visiting Scholar in many universities, including Columbia University (New York, Usa), Northwestern University (Evanston, Usa), Tuck School of Business (Hanover, Usa) and Eller School of Management at the University of Arizona (Tucson, Usa). She won the best paper award for Aimac in 2013.

Maria Carmela earned a degree in Political Sciences, focused on International Economy, from the Università degli Studi di Bari and an MBA – Master in Business Administration – from SDA Bocconi. She is married with two sons. For years, she has been dedicated to volunteering for humanitarian causes and aid focused on children, the elderly and the poor in general. Her activities have taken her to various developing countries (Mali, Namibia, Somalia, etc.) as well as Italy; since 2008 she has volunteered to work with children and teenagers for Dynamo Camp, part of the Serious Fun network.

## Teaching domains

Strategic Brand Management

Brand Reputation Management

Corporate Communication

Storytelling

Content Management

---

## ARTICLES IN SCHOLARLY JOURNALS

BUSACCA B., OSTILLIO M. C., ANTONUCCI A.

**Il brand come piattaforma: il caso delle società di calcio**

Economia & Management, 2018, no. 5-6, pp.109-118

OSTILLIO M., CARÙ A., LEONE G.

**Corporate Museum to enhance brand authenticity in luxury goods company: the case of Salvatore Ferragamo**

International Journal of Arts Management, 2017, vol.19, no. 2, pp.32-45

OSTILLIO M., BERTOLI G., BUSACCA B., DI VITO S.

**Corporate Museum and Brand Authenticity: explorative research of the Gucci Museum**

Journal of Global Fashion Marketing, 2016, vol.7, no. 3, pp.181-195

OSTILLIO M., CARÙ A., LEONE G.

**L'autenticità come driver strategico per il brand value. Il caso Salvatore Ferragamo**

Economia & Management, 2016, no. 1, pp.67-79

BUSACCA B., OSTILLIO M.

**Brand Value Management. Come accrescere il valore della marca nel tempo**

Economia & Management, 2014, no. 6, pp.35-42

OSTILLIO M., TRINCA COLONEL R.

**L'eccellenza della creatività pubblicitaria in evoluzione: alcuni insegnamenti da diciotto anni di Cannes Award**

Economia & Management, 2013, no. 1, pp.65-82

OSTILLIO M., DI DONATO C., CARÙ A.

**Vintage autentico o autenticità nel vintage**

Micro & Macro Marketing, 2012, no. 2, pp.305-332

BUSACCA B., OSTILLIO M. C., ZAMINGA M.

**La gestione strategica della marca nella prospettiva delle agenzie di comunicazione**

Mercati e Competitività, 2005, no. 1, pp.101-142

OSTILLIO M. C., CACCIA L.

**Valenza comunicativa della rappresentazione iconografica nel catalogo di cucine: i casi Boffi e Scavolini**

Micro & Macro Marketing, 2004, vol.2, pp.393-418

TROILO G., OSTILLIO M. C.

**La progettazione dei sistemi informativi di marketing: un approccio marketing-driven**

Economia & Management, 2001, no. 2, pp.65-77

OSTILLIO M. C., SCANDROGLIO D.

**Pubblicità globale e cultura. Il caso IBM 'Soluzioni per un piccolo pianeta'**

Economia & Management, 1999, no. 2, pp.39-61

OSTILLIO M. C., TROILO G.

**The evolution of direct marketing in Italy**

Journal of Direct Marketing, 1996, vol.10, no. 1, pp.71-81

OSTILLIO M. C., GNECCHI M.

**I servizi di direct marketing in Italia: il profilo dell'offerta**

Economia & Management, 1995, no. 4, pp.19-35

OSTILLIO M. C.

**La comunicazione tra imprese: una variabile critica nella relazione venditore-acquirente**

Economia & Management, 1995, no. 1, pp.47-62

CASTALDO S., TROILO G., OSTILLIO M. C.

**L'analisi del potenziale di mercato: un'applicazione nel settore vinicolo**

Commercio, 1993, vol.48, pp.103+

BUSACCA B., BERTOLI G., OSTILLIO M. C.

**La Marca. Costruzione, Sviluppo, Valutazione**

Egea, Milano, Italy, 2022

SONGINI L., SOLERIO C., PISTONI A., OSTILLIO M.

**PR: la parola ai numeri, osservatorio sui business models e sul mercato delle relazioni pubbliche**

Agapantos Editore, Italy, 2014

OSTILLIO M. C., GIULIANO I. A.

**Interactive & direct marketing. La comunicazione interattiva con il cliente dalla pianificazione alla misurazione dei risultati**

Etas Libri, Milano, Italy, 2003

OSTILLIO M. C.

**Customer data base. Conoscere il cliente per gestire le relazioni**

Egea, Milano, Italy, 2002

OSTILLIO M. C., TROILO G.

**Management dei sistemi informativi di marketing. Competenze, fiducia e tecnologia in evoluzione**

Egea, Milano, Italy, 2000

OSTILLIO M. C.

**Il direct marketing. Comunicare in modo efficace con i clienti**

Etas Libri, Milano, Italy, 1992

---

## PRACTICE-ORIENTED BOOKS

OSTILLIO M. C.

**Personal Branding, I t's about me**

Egea, Milano, Italy, 2020

BUSACCA B., OSTILLIO M. C.

**Dare valore al Brand - Collana Il Management**

Egea, Milano, Italy, 2019

---

## EDITED BOOKS

OSTILLIO M. C. (ED.)

**Marketing (di Jean-Jacques Lambin)**

McGraw-Hill, Italy, 1991

---

## TEXTBOOKS

OSTILLIO M. C., BUSACCA B., BERTOLI G.

**Lineamenti di Brand Management**

Egea, Milano, Italy, 2021

BUSACCA B., OSTILLIO M. C., KELLER K.

**La gestione del Brand. Strategie e sviluppo**

## CONTRIBUTION TO CHAPTERS, BOOKS OR RESEARCH MONOGRAPHS

CARÙ A., MION DALLE CARBONARE P., OSTILLIO M. C., PIANCATELLI C.

**The Impact of Technology on Visitor Immersion in Art Exhibitions: Evidence from the Modigliani Art Experience exhibition** in *Digital Transformation in the Cultural and Creative Industries. Production, Consumption and Entrepreneurship in the Digital and Sharing Economy*

Marta Massi, Marilena Vecco, Yi Lin (Eds), Routledge, chap. 2, 2020

CARÙ A., OSTILLIO M. C.

**Brand Authenticity tra Brand e Autenticità: valore di un asset strategico per l'impresa** in *Marketing: Una disciplina fantastica. Omaggio a Enrico Valdani*

Busacca. B., Costabile M. (Eds), Egea, pp.135-157, 2018

OSTILLIO M., GHADDAR S.

**Salvatore Ferragamo: Brand Heritage as Main Vector of Brand Extension and Internationalization** in *Fashion Branding and Communication. Core Strategies of European Luxury Brands*

J. Byoungcho, E. Cedrola (Eds), Palgrave Macmillan, pp.73-99, 2017

GHADDAR S., OSTILLIO M.

**TOD'S: A Global Multi-Brand Company with a Taste of Tradition** in *Fashion Branding and Communication: Core Strategies of European Luxury Brands*

J. Byoungcho, E. Cedrola (Eds), Palgrave Macmillan, pp.101-123, 2017

BUSACCA B., OSTILLIO M.

**Brand Management** in *Marketing@Bocconi: Progettare e trasferire valore al cliente*

E.Valdani (Eds), Egea, pp.359-399, 2016

OSTILLIO M. C.

**Le ricerche per la definizione e il controllo della comunicazione diretta** in *Ricerche di Marketing. Metodologie e tecniche per le decisioni strategiche e operative di marketing*

G. Troilo, L. Molteni (Ed), Egea, pp.587-621, 2012

BUSACCA B., OSTILLIO M.

**Brand Management** in *M@rketiing Management*

E.Valdani (Eds), Egea, pp.461-502, 2011

BUSACCA B., OSTILLIO M. C.

**La gestione strategica della marca** in *La guida del Sole 24 ore al Marketing. Ambiente, competizione, processi di marketing, metriche e strumenti di gestione*

G.Cristini (Eds), Il Sole 24 Ore, pp.305-334, 2009

OSTILLIO M. C.

**La marketing communication per il confronto competitivo** in *Marketing strategico. Manovre e strategie di marketing, Vol. 2*

F. Ancarani, E. Valdani (Ed), Egea, pp.323-353, 2009

OSTILLIO M. C.

**Le politiche di comunicazione: la promozione delle vendite, il direct marketing e la comunicazione one to one** in *Marketing e fiducia*

S. Castaldo (Ed), Il Mulino, pp.9, 2009

OSTILLIO M. C.

**Le politiche di comunicazione: la pubblicità** in *Marketing e fiducia*

S. Castaldo (Ed), Il Mulino, chap. 8, 2009

BUSACCA B., OSTILLIO M. C.

**Brand Management** in *Management - Distribuzione*

S. Castaldo (Eds), Il Sole 24 Ore – Università Bocconi Editore – La Repubblica, pp.496-527, 2006

OSTILLIO M. C.

**Customer Database & Direct Marketing** in *Management - Vendite e Trade Marketing*

S. Castaldo(Ed), Il Sole 24 Ore – Università Bocconi Editore – La Repubblica, 2006

OSTILLIO M. C., CILLO P.

**Internet Customer Database: costruzione, gestione e struttura di un sistema informativo sul cliente in rete** in *Il management nell'economia digitale*

Scott W. G., Murtula M., Stecco M. (Eds), Il Sole 24 Ore, 2003

CUOMO S., OSTILLIO M. C.

**Il caso Leo Burnett** in *Soffitto di vetro e dintorni. Il management al femminile*

M.C.Bombelli (Eds), Etas Libri, 2000

OSTILLIO M. C.

**Il caso Regione Puglia: come sviluppare un progetto di marketing turistico territoriale** in *Strategie di Marketing del Territorio. Generare Valore per Imprese e i Territori nell'Economia della Conoscenza*

F. Ancarani, E. Valdani(Ed), Egea, 2000

OSTILLIO M. C.

**La comunicazione territoriale** in *Strategie di Marketing del Territorio. Generare Valore per Imprese e i Territori nell'Economia della Conoscenza*

F. Ancarani, E. Valdani(Ed), Egea, 2000

---

## ARTICLES UPON REQUEST/INVITATION

BUSACCA B., GHADDAR S., OSTILLIO M. C.

**Cosa hanno di speciale i brand della felicità**

2017, Economia & Management, Milano

BUSACCA B., CASTALDO S., GHADDAR S., GROSSO M., OSTILLIO M. C.

**Omnichannel branding**

2017, Economia & Management, Milano

---

## CASES IN INTERNATIONAL CASE COLLECTIONS

OSTILLIO M. C.

**Loccioni: Transforming Data into Value**

2019, The Case Centre, Great Britain

OSTILLIO M., SOLERIO C.

**Magneti Marelli and Mopar co-branding case**

2013, The Case Centre, Great Britain

---

## OTHER

BUSACCA B., OSTILLIO M. C., ANTONUCCI A., NAZZARI M.

**L'industria del calcio in Italia: una partita da vincere**

2018, Economia & Management Plus, Milano, Italy

OSTILLIO M.

**Musei d'Impresa. Strumento di Branding**

2016, Via Sarfatti 25, Italy

OSTILLIO M., BUSACCA B.

**Brand della felicità. Come le marche possono rendere felici i consumatori**

2015, Via Sarfatti 25, Italy

---

## PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

CARÙ A., MION DALLE CARBONARE P., OSTILLIO M. C.

**The impact of technology on visitor immersion in art exhibitions: Evidence from the Modigliani Art Experience exhibition**

*15th International Conference on Arts and Cultural Management - AIMAC - June 23-26, 2019, Venice, Italy*

OSTILLIO M. C., CARÙ A., ISAJA G.

**The customer journey in the museum experience. The case of the Opera del Duomo Museum in Florence**

*14th International Conference on Arts and Cultural Management, AIMAC - June 24-28, 2017, Peking University, Beijing, China (PRC)*

BUSACCA B., OSTILLIO M., BERTOLI G.

**Brand Authenticity and corporate museums: an explorative research of Gucci Museum**

*Global Fashion Management Conference (GFMC) - June 25-28, 2015, Florence, Italy*

OSTILLIO M., CARÙ A.

**A value co-creation process in the arts: the hidden effect of art therapy**

*12th International Conference on Arts & Cultural Management - AIMAC - June 26-29 2013, Bogotá, Colombia*

OSTILLIO M., CARÙ A., LEONE G.

**Corporate museum as a pillar for brand authenticity in luxury companies. The case of Salvatore Ferragamo**

*12th International Conference on Arts & Cultural Management - AIMAC - June 26-29 2013, Bogotá, Colombia*

---

## RESEARCH NOTES OR SHORT ARTICLES IN JOURNALS

BUSACCA B., OSTILLIO M., SOLERIO C.

**In brand manager's shoes**

2013, Economia & Management, Milano, Italy

OSTILLIO M., 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

BUSACCA B., OSTILLIO M. C., DE MEO L.

**Come ridare valore alla marca dopo la crisi**

2010, Economia & Management, Milano, Italy

---

## Grants & Honors

Excellence in Innovation Award – SDA Bocconi School of Management , 2017

Excellence in Marketing paper Award, XII International Conference on Arts and Cultural Management, Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia – AIMAC – The International Association of Arts and Cultural Management , 2013

---